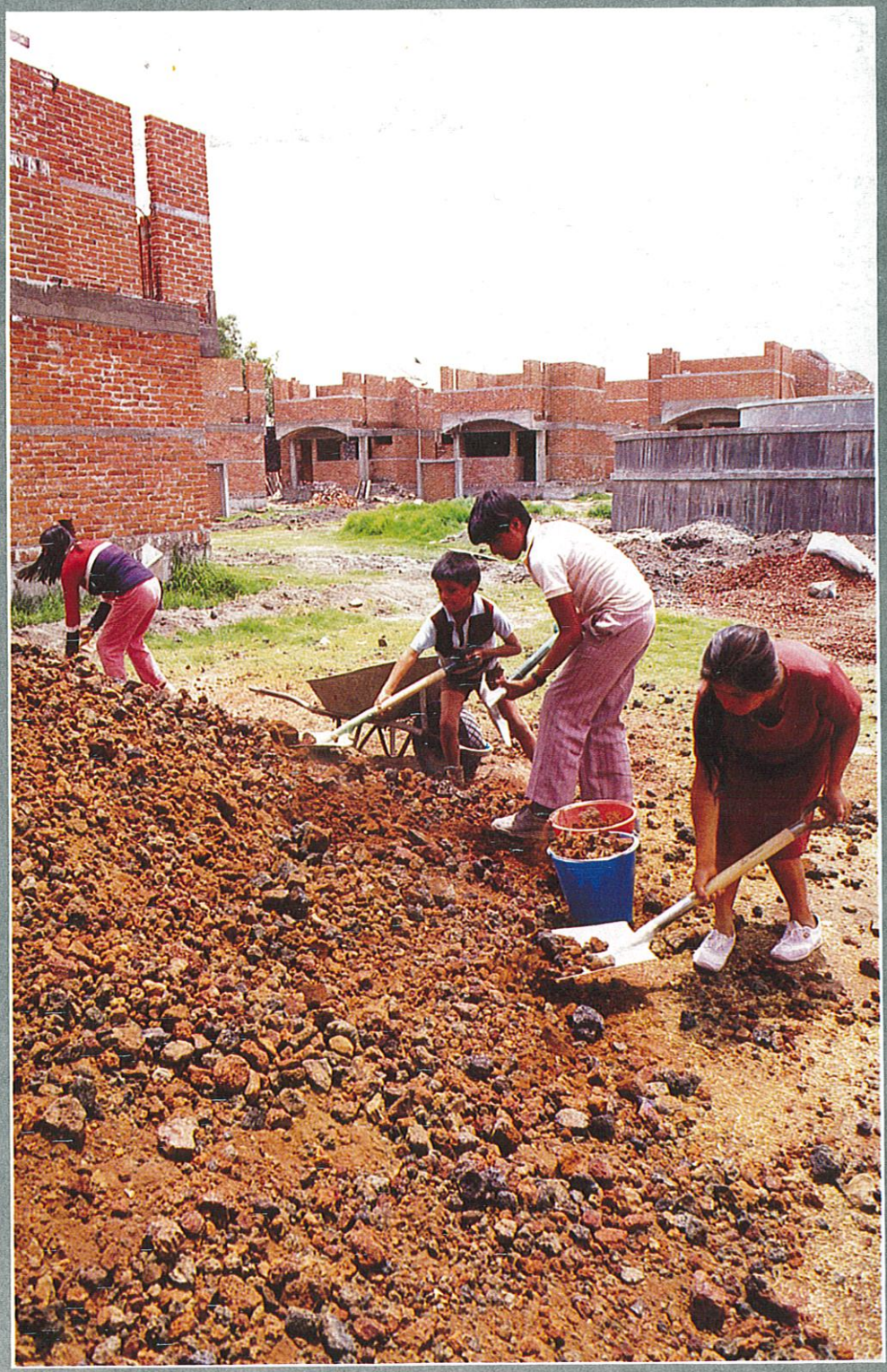
revista del
consumidor
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR NUMERO 125 350 PESOS

La increíble pero verdadera historia de la vivienda

Aparatos electrodomésticos ¿al alcance de quién?

La televisión y los niños de Jalisco



0 10722 72513 02

La televisión influye cada vez más en la vida cotidiana de los niños pues ocupa un lugar importante en su educación.

Un estudio realizado en el estado de Jalisco demuestra que los niños pasan en promedio de 3 a 5 horas diarias sentados frente al aparato televisor; es decir, mucho más tiempo del que asisten a la escuela.

En temporada de vacaciones se incrementa el número de horas que los niños permanecen ante la televisión. No obstante que existen unos cuantos programas interesantes para la población infantil, ninguno de ellos se compara con la diversión y el placer que los niños disfrutan a través del juego.

A diferencia de la televisión, el juego despierta en el niño la imaginación, la creatividad y permite el desarrollo de sus potencialidades motoras y mentales. Invítelos a jugar.

DIRECTORIO INCO

Dirección General
CLARA JUSIDMAN DE B.

Dirección Técnica
SALVADOR DE LARA RANGEL

Dirección de Promoción
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR

Dirección de Producción Audiovisual y Editorial
MARTHA SUSANA RUIZ SILVA

Dirección de Finanzas y Administración
MANUEL GALVAN ZUART

Coordinación de Delegaciones
GRISELDA ARISTA QUEZADA

SUBDIRECCIONES

Estudios Socioeconómicos
ARACELI MORENO ACOSTA

Estudios Técnicos
LUIS JUAREZ SUAREZ

Promoción
RODOLFO F. PEÑA VILLAÑUEVA

Promoción Audiovisual y Editorial
JOSE LUIS GARCIA NAJERA

Administración y Finanzas
JAVIER ESCALERA LEANDRO

DELEGACIONES

Chihuahua
VICTOR MANUEL BARRIGUETE

Coahuila
MARCELA GOMEZ WULSCHNER

Estado de México
GABRIEL GAMA FLORES

Guanajuato
LUIS O. MEDELLIN OCHOA

Guerrero
MARGARITA GALEANA ADAME

Hidalgo
ESTEBAN G. CHAPA ZAMORA

Jalisco
JUAN GARCIA CASTILLO

Morelos
RAUL CARBONELL CARDENAS

Nuevo León
FRANCISCO JAVIER NUÑEZ

Puebla
ROBERTO ARTECHE LUGO

Sonora
L. RAYMUNDO ESCAMILLA DIAZ

Tamaulipas
GUILLERMO NUÑEZ VELA

Tlaxcala
IVONNE BUENTELLO REBOLLO

Veracruz
JULIO CESAR SOSA MIROS

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

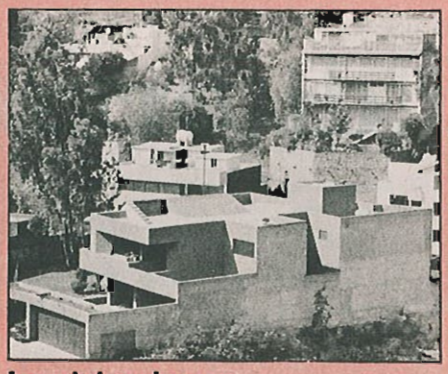
SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Indice

Editorial 2

Correspondencia 3

La increíble pero verdadera historia de la vivienda 5
Investigación sobre el rezago habitacional en México.



La vivienda por autoconstrucción:

Alternativa de la SEDUE 9

Algunas opiniones en torno al problema de la vivienda 10

"La solidaridad afortunadamente es contagiosa" 13
A cerca de dos años de distancia de los sismos septembrinos, recuperamos algunos escritos y testimonios de la solidaridad desplegada en aquel entonces.

La televisión y los niños de Jalisco 15
Estudio realizado en Guadalajara, que pretende registrar algunos de los efectos de la "tele" en los niños de primaria de aquella entidad.

Artículos electrodomésticos, ¿al alcance de quién? 21

Las andanzas de los precios 22

¿Cómo pegó la inflación en mayo?

Casa chica renta grande 29

Dos mil casos de denuncia contra inmobiliarias.

Algunos problemas de vivienda en provincia 30

Un hogar seguro para el consumidor 32

El caso del que quiso casa 35

Yo jamón confieso 36

La Cocina Tradicional 38

Combinación de Leguminosas.

Consejo Editorial: Clara Jusidman de B.; Martha Susana Ruiz de Saravia; Griselda Arista Quezada; Rodolfo Peña Villanueva; Luis Juárez Suárez; Araceli Moreno Acosta. **Subdirección de Producción:** José L. García Nájera. **Jefe de Información:** Oscar Romero Rojas. **Jefe de Redacción:** Patricio Avitia. **Suplemento "El Brinco":** Marie Puga. **Diseño:** Gabriel Castro; **Formación:** Enrique Méndez; **Reporteros:** Mario A. Caballero, Amalia Beltrán E.; Charlotte Bradley; Marta Sandra García; Oscar Romero Rojas; Eduardo Aguilar; Juan Ramón Zabalegui; **Formación e ilustración del Brinco:** Ma. Dolores Ramírez. Mónica Miranda V., **Fotógrafos:** Fernando Rojas; Gustavo A. Carrillo V.; Héctor Reynoso.; Elizabeth Garci. Núm. 125-VII-87

APOYO DE LOS DEPARTAMENTOS: Análisis sobre Comunicación: José Chan Escalante. **Comunicación y Diseño Gráfico:** J. Gabriel Castro R. **Información y Orientación Directa:** Gregorio Alanís Pardiñas. **Derechos del Consumidor:** Héctor I. Mejía Alvarado. **Documentación e Información:** Francisco Jiménez Rojano. **Educación para el Consumo:** Blanca Pastor Téllez. **Bioquímica:** Ana Ma. C. de Haqueht. **Alimentación y Nutrición:** Ivonne Shoucair. **Estudios Económicos:** Victor Santillán Meneses. **Seguimiento y Análisis del Consumo:** José Manjarrez Medina. **Ingeniería:** Eduardo Martínez Pacheco.

Editorial

En virtud del desequilibrio que cada día se torna más grave en el mundo respecto a los asentamientos humanos, 1987 ha sido designado como el Año Internacional para Personas Sin Hogar.

En nuestro país, el derecho de los mexicanos a una vivienda digna y decorosa, tal como lo establece nuestra Constitución se vuelve cada día más difícil de ejercer.

En el medio rural la vivienda es deficiente casi de manera generalizada. Además de presentar condiciones deplorables, frecuentemente carece de los servicios mínimos de drenaje, agua y electricidad.

En el medio urbano la situación es más compleja. La centralización de las zonas económicas de desarrollo en unas cuantas ciudades, genera migraciones que se traducen en el establecimiento de grandes concentraciones urbanas en pequeñas extensiones, mayor escasez de suelo y, por consiguiente, de habitación.

El hacinamiento se revela como uno de los efectos más violentos de este crecimiento anárquico: actualmente cerca del 70 por ciento de los mexicanos habita en viviendas de sólo uno o dos cuartos.

El acceso a la vivienda se torna cada vez más difícil por la incontrolable especulación sobre la tierra urbana, el desaforado aumento de las rentas de los inmuebles y la elevación sostenida de los costos de los materiales de obra, que han vuelto prohibitiva la construcción individual de viviendas, aún para los sectores de ingresos medios.

Hasta nuestros días solamente existen 13 millones de viviendas para los 80 millones de habitantes de este país. De continuar este rezago habitacional, se calcula que el déficit de vivienda (que hoy es de 7.5 millones) podría llegar a los 18 millones para el año 2000.

La vivienda, como elemento básico para el bienestar y la calidad de la vida de la población, constituye el tema central que abordamos en esta edición de la Revista.

En este mismo número presentamos algunos otros temas que consideramos de interés para los lectores, entre los que se encuentra un espléndido estudio sobre la Televisión y los niños de Jalisco. Esperamos que este material sea de utilidad para usted.

Correspondencia

Usted es nuestro mejor reportero

Para modificar actitudes, no basta con la Revista.

Al abrir la Revista del Consumidor correspondiente a mayo, lo primero que llama mi atención en el índice es la importancia que se le da a "la mujer". Sin embargo, los artículos relativos a ella, están inscritos en un tono que se acerca mucho al de las revistas feministas. Es decir, se habla de la mujer tomando como punto de partida el tan traído y llevado "uso" que de ella hace la publicidad.

Pregunto: ¿Cuál es el objetivo de la revista al recurrir a este tratamiento para hablar de "la mujer y el papel que le asigna la publicidad"?. Si es el de informar, la tarea se ve obstaculizada por la carga ideológica que tienen los artículos y por los lugares comunes en que se cae. Si el objetivo es el de capacitar, no se da ninguna alternativa o propuesta para que aquellas mujeres que lean los artículos y que quieran iniciar desde su individualidad una lucha contra la publicidad o contra los modos de vida tradicionales, puedan tener acceso a acciones motivadas por la propia revista. Lo mismo, si lo que se pretende es orientar, ésta debe tener, también, propuestas concretas y no simplemente un panorama general de la situación hacer una pregunta pretendidamente motivadora. Esto es: Por un lado es cierto que para provocar un cambio en el modo de vida de los mexicanos —hombres y mujeres—, principalmente en el aspecto del consumo, no es suficiente un órgano como la Revista del Consumidor, sino que se requeriría una labor mucho más extensa e intensa, a través de otros medios. Pero, por otro lado, si lo que se pretende con la revista es incitar al lector a considerar en su vida diaria ciertas pautas de conducta como consumidor, los artículos, en este caso sobre "la mujer" tienen o contienen pocos elementos motivadores.

Esto sucede menos, mucho menos, en los artículos sobre el SIDA. En estos artículos se proporcionan datos que informan al lector tanto acerca de la enfermedad como de las posibilidades de contraerla y de cómo evitarla.

Lo mismo sucede en otros artículos de la revista en los que efectivamente se proporcionan elementos que informan y orientan al lector. Son artículos en los que lo principal es el aspecto informativo, con datos concretos que orientan al lector para que pueda tomar las acciones correspondientes, si se proponen alternativas como en el caso de las pastillas para dormir.

Otro aspecto que hay que resaltar es el recoger datos acerca de la cocina tradicional mexicana y lo que sería bueno es que se incluyera alguna receta cuyo ingrediente principal fuera, en este caso, el jumil.

Asimismo, la orientación que se le da al lector de cómo preparar fugas de agua, es muy útil ya que uno mismo puede reparar descomposturas sencillas.

Por otro lado, me parece que el diseño de la revista es dinámico por el uso de las pantallas para separar datos, y por las fotografías que ilustran los textos.

En resumen: la Revista del Consumidor que llegó a mis manos tiene muchos elementos favorables para que el consumidor sienta deseos de leerla, en primer lugar, buscando orientación e información. Sin embargo, son menos los elementos que tiene para incitar al lector a cambiar hábitos de consumo.

Me parece que si no se pierden de vista los objetivos de la revista —informa, capacita y orienta— y los artículos se dirigen a alcanzarlos, la Revista del Consumidor puede ser un órgano al que el lector acuda para orientarse acerca de los productos que hay en el mercado y tener así opciones para decidir, sin que esto necesariamente signifique una lucha en contra de la publicidad de los medios masivos.

Silvia Peláez

R. del C.- Agradecemos su bien intencionada crítica, la cual nos parece muy interesante y de hecho nos es de gran utilidad.

Su punto de vista

Que nos hace falta mayor difusión.

Revista del Consumidor:

Las ocasiones en que he consultado la Revista del Consumidor, ha sido por lo general para obtener datos para algún trabajo escolar. También ha llegado a mis manos casualmente, y la he leído sólo por entretenimiento, aunque con especial interés. He notado que los artículos y reportajes están basados en una notable investigación y trabajo de campo intenso, en algunos casos. A diferencia de otras publicaciones, la Revista del Consumidor busca hacer reflexionar a los lectores en su situación como consumidores. Para tal efecto, se recurre a información que obviamente no difunden las empresas privadas, de alguna forma la Revista del Consumidor nos vende "antipublicidad".

Muy al margen del somero análisis que plasmo en estas líneas, quiero comentar que a la Revista le falta más difusión. La gente que la lee de alguna manera está enterada de lo que pasa con lo que consume, es consciente, pero la inmensa mayoría de la población creo que no tiene ni idea de como evitar el consumismo.

Para finalizar, debo decirles que puse en práctica la receta para hacer pan casero y me salió muy bien. Gracias.

Enrique Flores
México, D.F.

Estimado Sr. Flores: Estamos haciendo lo posible por mejorar la difusión de la Revista. Ustedes, a quienes procuramos servir, pueden ayudarnos, pasando la Revista a otras personas en cuanto la terminen de leer.

Quiere mejorar su changarro.

Querida Revista del Consumidor:

Te escribo a ti porque no sé a quien dirigirme en especial.

Tengo en mis manos tu número de febrero, que trata acerca de Mercamex-Impecsa. Tengo un chagarrito que está registrado como miscelánea; pero, ¿sabes qué? no tengo nada de mercancía. Y ¿sabes por qué? porque ya no me alcanza el dinero para nada.

Soy mamá de dos hijos, uno está en la primaria y otro en la prepara. Entonces me las veo duras y nunca alcanza el dinero para surtir mi tiendita.

Por favor oriéntame sobre Mercamex, dime por favor si puedo afiliarme a esta institución.

Te quiero platicar otra cosa. Como mi tiendita no me daba lo suficiente para comer y solventar mis gastos, le anexé tortas, quesadillas y sopes, pero tu sabes que hay que tener refrescos y tú los das al tiempo y la gente te exige como si fuera obligación tenerlos frios; entonces si utilizas hielo, lo tienes que comprar y si empleas refrigerador, tienes que pagar luz y tú sabes que al refresco no se le gana casi nada. ¿Cómo le puedo hacer para no estar en contra de la ley?

Volviendo a la asesoría que te pido sobre Mercamex, me interesa mucho sobre alguna institución que pueda darme crédito.

Porque fíjate que viene la gente a comprar y nunca tengo nada, y si voy a esperar a que se componga la situación ¿sabes cuando? (nunca).

Me encantas como revista, soy tu más ferviente admiradora. Espero no aburrirte mucho.

Hasta pronto.

Ma. Elena Pérez M.
Tlalpan, México, D.F.

Sra. Pérez:

Como comerciante en pequeño que es usted, Mercamex (Programa de Mercados Mexicanos al Mayore) le beneficia ampliamente en la medida en que le ofrece productos para su tienda con precios de mayoreo, con lo cual aumentan sus márgenes de ganancia. Además Mercamex brinda asesoría comercial para mejorar su negocio. Pronto habrá 33 almacenes Mercamex en toda la República. En el Distrito Federal, Mercamex se ubica en Calzada de la Virgen y Canal Nacional, en la Colonia Carmen Serdán, dentro de la Delegación Coyoacán y puede acudir de 9 a 20 horas, de lunes a viernes, con una copia fotostática del acta de apertura (alta) de su miscelánea, expedida por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Le deseamos mucha suerte.

Sobre el Sida

Presente:

He seguido con gran interés algunos números de la Revista del Consumidor, ya que la considero una de las mejores revistas informativas.

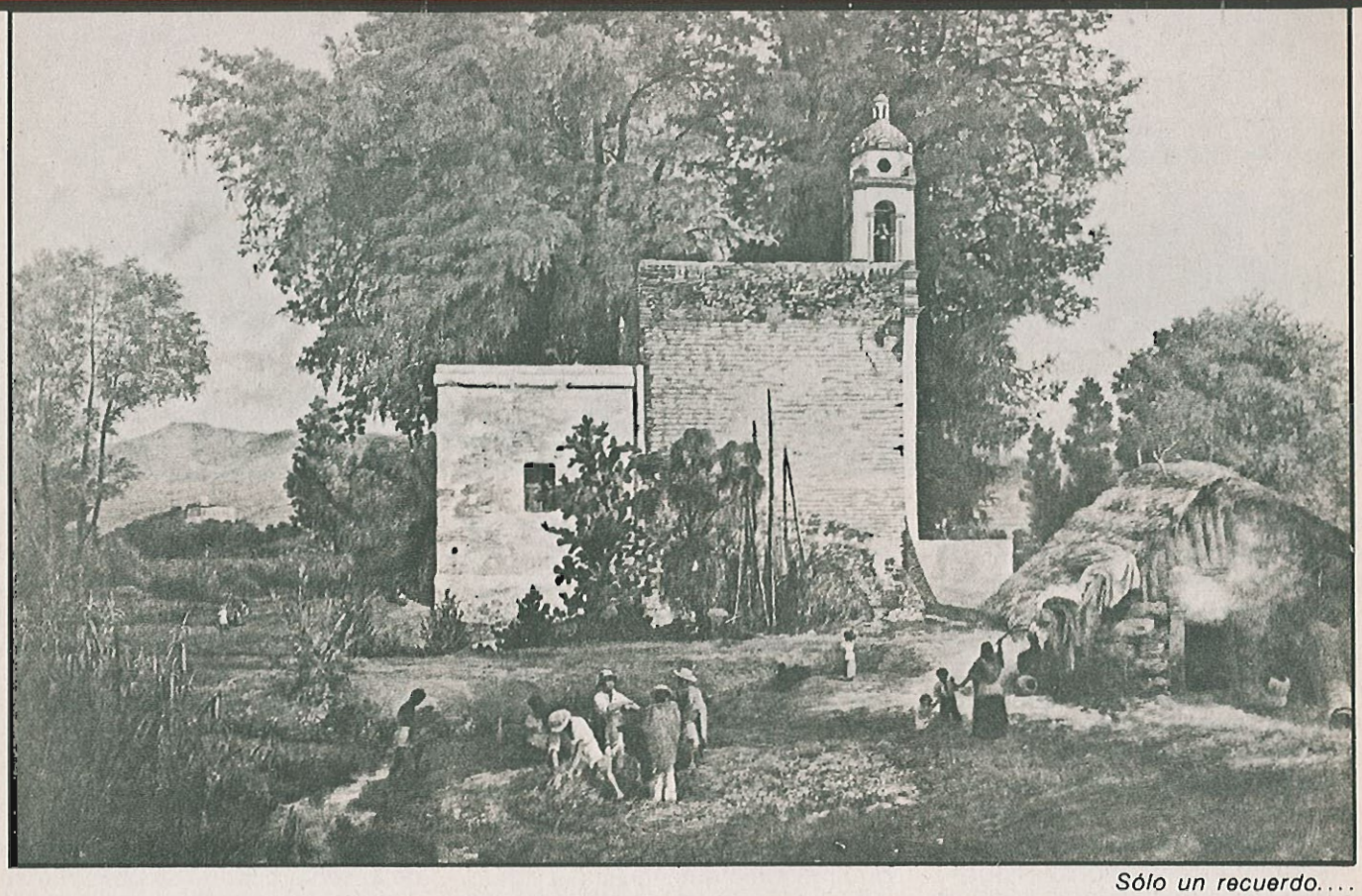
Los felicito por reportaje sobre el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA) pues estuvo bien elaborado y documentado.

Atentamente.

Teresa Raquel Temoltzin P.

La increíble pero verdadera historia de la vivienda

"La crisis de los asentamientos humanos es, por encima de todo, una crisis de las instituciones, de las costumbres, de las leyes y de las estructuras, mediante las cuales se organizan comunidades y naciones".
(ONU, mayo-junio 1976)



Sólo un recuerdo....

De cuando en mayor número los vecinos vivían en las villas, y de la concentración demográfica...

No hace mucho tiempo, antes de los años cuarentas para precisar, México era un país cuya población habitaba en el campo. El 65 por ciento de ella crecía, vivía, producía en el medio rural; mientras que sólo el 35 por ciento radicaba en las ciudades. En aquel entonces, la principal producción que nutría al país era la agrícola. Comenzaba a vislumbrarse el crecimiento industrial, pero aún era incipiente.

En aquellos días, aunque la vivienda de los mexicanos no contaba con las condiciones ideales, las características del ámbito rural permitían a los campesinos poseer un espacio, más o menos digno, para vivir; esto con las consabidas excepciones del caso.

En las ciudades, también con sus excepciones, la mayoría de los habitantes eran empleados, que podían pagar una renta, o propietarios que, por supuesto, disponían de los suficientes recursos para hacerse de una casa muy digna.

Ya entrada la década de los cuarentas esta situación cambió. Con el crecimiento industrial se dio también el de las ciudades: las fábricas y el capital de las grandes compañías comenzó a concentrarse en el Distrito Federal y, en menor medida, en Monterrey, Guadalajara y otras ciudades.

En este proceso de modernización se observó una redistribución de la población. Las posibilidades en el medio agrícola se reducían. Los capitales, orientados hacia la industria, requerían en las ciudades

la presencia de mano de obra. Así, se dio una fuerte migración del campo hacia las ciudades. Estas migraciones fueron en aumento debido a la crisis agraria y a las escasas posibilidades de subsistencia hasta el punto en que, para 1976 la población se distribuía precisamente a la inversa que en la década de los treintas: 65 por ciento vivía en las zonas urbanas y 35 por ciento en las rurales.

A esta concentración demográfica en las ciudades se sumó el problema de la vivienda. ¿Cómo dar hogar a todos los inmigrantes?

II

De cuando alcanzaba para cemento y varillas y de las peripecias de los arrendatarios...

Habían pasado muchos años y las grandes ciudades se llenaban de inmigrantes. La gente se fue estableciendo como podía; construían sus propias casas donde les era posible adquirir un terrenito y con los ahorros que iban haciendo de sus salarios. Así las urbes fueron transformadas en anárquicas casas de huéspedes. Los asentamientos se hacían de manera irregular, lo cual hizo que las ciudades, se fueran convirtiendo, principalmente el Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara, en megalópolis cuyo crecimiento estaba en manos de las compañías inmobiliarias a las que se les dio "manga ancha" para hacer, del suelo y de la necesidad de la vivienda, un gran negocio que no estaba sujeto a ningún control por parte de las autoridades.

Se empezó a construir en zonas sin servicios, ya que trabajadores y familias que contaban con pocos recursos, apenas disponían del mínimo suficiente como para comprar un pequeño lote en las áreas periféricas de las ciudades y en las que no estaban urbanizadas.

También por falta de recursos y debido al escaso financiamiento que entonces ofrecía el sector público, estas construcciones carecían de drenajes, agua potable y estaban, en su mayoría, construidas con materiales poco resistentes.

Quienes no tenían dinero para construir se veían en la necesidad de rentar un inmueble. Con este fenómeno también se incrementaron, casi anárquicamente, las casas de alquiler.

III

Que narra la verídica aventura de la renta cuando se convirtió en venta...

Pocos años después, cuando en las zonas urbanas el 56.8 por ciento de la población habitaba en viviendas de una o dos recámaras y cada cuarto era ocupado por cuatro personas, en promedio, y cuando existían aproximadamente 700 mil predios sin regularizar y el 70 por ciento de los habitantes de la ciudad pagaba rentas, es decir, carecía de casa propia (SPP censo 1980); cuando el déficit habitacional llegó a 4.5 millones (Congreso del Trabajo), y el precio del material para construcción se elevó (entre 1984 y 85) en 42 por ciento

(Cámara Nacional de la Industria de la Construcción); entonces la industria de la construcción entró en una grave crisis, y a no ser por los intentos por parte del gobierno y de algunos sectores de la sociedad, después de los sismos de septiembre de 1985, estaría casi paralizada.

Aunado a este déficit habitacional, la oferta de vivienda en renta, a cargo del sector inmobiliario privado que produjo hasta 1950 la mayoría del inventario habitacional, está en constante disminución; no tanto por la congelación de rentas que se mantiene vigente desde 1942, o la falta de incentivos fiscales y financieros, sino porque los capitales han encontrado más rentables otros tipos de inversión. En la actualidad, la oferta de vivienda de alquiler aún subsiste, pero se caracteriza por estar al margen de la regulación jurídica vigente en materia de arrendamiento. El alquiler de cuartos, casas y departamentos en las colonias populares de reciente urbanización o semiurbanizadas y la expansión del submercado del arrendamiento de condominios de interés social, son casos que sí han crecido de acuerdo con la demanda, ha sido una respuesta al problema de falta de habitación. (René Coulomb, "Vivienda en renta: análisis y propuestas").

IV

Que cuenta como las cooperativas de vivienda fueron una buena solución...

Ante el problema de la habitación (la falta de ella), una buena posibilidad es la cooperativa. La cooperativa de vivienda es un instrumento mediante el cual un grupo de personas o familias se reúnen en torno a un objetivo común: un lugar donde habitar.

Las principales actividades de los integrantes de una cooperativa de vivienda serían: participar en los planes y programas públicos de habitación y desarrollo urbano, lograr el máximo aprovechamiento de la economía del grupo y obtener fondos públicos, eliminar intermediarios (venta y colocación de las viviendas), acceder a las fuentes de financiamiento como sujetos de crédito global en programas de autoconstrucción, lograr el reconocimiento o compromiso del aporte de mano de obra por parte de los socios, asignar las viviendas según criterios adoptados por todos los integrantes, administrar y mantenerlas a través de la misma organización cooperativa, no permitir que la vivienda construida entre al libre mercado, controlar los precios, usos y destinos del suelo en función de la economía de la población residente.

Las cooperativas de vivienda pueden ser una buena alternativa, con una organización participativa para buscar diversas posibilidades en el tipo de construcción. (Ver recuadro).

¿Quién otorga financiamiento a las cooperativas de vivienda?

Marco Arturo Cárdenas

Las sociedades cooperativas de vivienda disponen de varias opciones para obtener el financiamiento más adecuado para la realización de sus proyectos.

Los créditos que solicita una cooperativa se otorgan a la sociedad como grupo, de acuerdo a las características socioeconómicas de sus integrantes. Esto quiere decir que según los sueldos de los cooperativistas, en relación con las cantidades que necesiten y con su capacidad de pago, pueden pedir el crédito a diferentes instituciones. Estas ofrecen varias alternativas para atender a los trabajadores asalariados (con ingresos regulares), a los no asalariados (con ingresos irregulares) y para quienes trabajan al servicio del Estado.

FONHAPO

El Fideicomiso Fondo Nacional de Habitaciones Populares atiende las solicitudes de crédito de las cooperativas integradas por trabajadores, que ganan entre la mitad y dos veces y media el salario mínimo regional. Los integrantes pueden ser asalariados o no asalariados, aunque el FONHAPO da preferencia a los segundos porque los asalariados tienen la opción de pedir sus créditos a otros organismos como el INFONAVIT o el FOVISSSTE.

Los financiamientos que otorga el FONHAPO sirven para realizar diferentes obras, como comprar terrenos para construir vivienda; introducir servicios (electricidad, drenaje, agua potable, etcétera); construir vivienda progresiva (la que se construye por etapas); mejorar la vivienda existente o apoyar la autoconstrucción. Las cantidades que prestan son variables según sea la finalidad del crédito.

El plazo máximo para cubrir un financiamiento al FONHAPO, es de 10 años y los pagos nunca representan más del 25 por ciento del salario mensual del trabajador.

Además de los requisitos ya mencionados, para otorgar los préstamos, se pide que los sujetos de crédito no sean dueños de otra vivienda, que no tengan otro préstamo hipotecario y que tengan seguros de vida y de protección para el inmueble.

FOVI-FOGA

Este es el nombre abreviado del Fondo de Operación y Descuento Bancario a la Vivienda, que se unió al Fondo de Garantía y Apoyo a los Créditos para la Vivienda de Interés Social, y ahora forman una sola institución. Los préstamos del FOVI-FOGA se destinan a las cooperativas formadas por trabajadores que ganen entre dos y diez veces el salario mínimo regional, y se otorgan por medio del sistema bancario nacional.

Las finalidades para las que pueden ser usados los créditos son las siguientes: vivienda urbana individual, vivienda multifamiliar o duplex, conjunto de habitación de interés social (construidas con financiamiento de bajos intereses), mejoramiento de la vivienda actual, vivienda campesina o para comprar la vivienda que actualmente renta.

Los intereses van del 30 al 65 por ciento anual. Los abonos nunca son de más del 25 por ciento de lo que ganan cada mes los integrantes del grupo. FOVI-FOGA pide que los solicitantes sean jefes de familia y que vayan a vivir permanentemente en la vivienda para la que piden el crédito.

FOVISSSTE e INFONAVIT

Estas dos instituciones otorgan créditos preferentemente a quienes perciben entre una y cuatro veces el salario mínimo, y los intereses que cobran son sólo de 8 por ciento anual al FOVISSSTE y 4 por ciento anual al INFONAVIT.

El FOVISSSTE atiende a los trabajadores al servicio del Estado, mientras que el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), se ocupa de quienes trabajan en empresas privadas, y cuyos patrones pagan al Instituto el equivalente al 5 por ciento del sueldo mensual de los empleados.

Si desea ampliar su información en lo relacionado con las cooperativas de vivienda, puede acudir a la Dirección General de Promoción y Apoyo de Programas de Vivienda a los estados, a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, ubicada en Av. Constituyentes 947, edificio "D", planta baja, Col. Belem de las Flores, Delegación Alvaro Obregón, C.P. 01110, México, D.F., teléfono 271-57-97. En el interior del país, puede acudir a las delegaciones de la SEDUE ubicadas en las capitales de los estados.

La vivienda por autoconstrucción: Alternativa de la SEDUE

Edgardo García Carrillo

Para tratar de garantizar el derecho constitucional a una vivienda digna y decorosa y apoyar la política de descentralización y conservación del ambiente, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE) puso en marcha el **Programa de Comunidad Rural Autosuficiente**.

¿Qué es la Comunidad Rural Autosuficiente? Este programa implica la organización comunitaria para obtener el financiamiento de proyectos de autoconstrucción comunal, al mismo tiempo se propone la edificación de viviendas ecológicas. Estas construcciones están diseñadas de tal manera que mediante tubos de almacenamiento se puede recoger el agua de las lluvias para su aprovechamiento en el riego y las necesidades de la vivienda. Con el sánitario higiénicamente ventilado y protegido de insectos, es posible el tratamiento de desechos orgánicos para abonos y fertilizantes. También es posible utilizar fuentes de energía como la solar y la eólica (aire), con lo cual se mantienen invernaderos que garanticen el abasto de alimentos vegetales a la familia y la calefacción natural.

Este impulso a la autoconstrucción en el medio rural se debe a que de los 22.5 millones de quienes ahí viven, 10 millones de ellos (el 44.5 por ciento) están asentados en 110 mil localidades menores de 500 habitantes y 12.5 millones (el 55.5 por ciento) viven en poblaciones que van de 500 a 2 mil 500 habitantes, lo que origina problemas como la marginación, el aislamiento, la emigración, el desempleo, el deterioro ecológico, la carencia de servicios y la escasa productividad agropecuaria. En consecuencia, se presenta la ínfima calidad de vida que caracteriza a las comunidades rurales.

Sabemos que la unidad es un arma de grandes alcances, de manera que se recomienda la integración de la comunidad en organizaciones sociales para la autoconstrucción de viviendas y materiales, de tal forma que se permita la capacitación y la comunicación para las actividades solidarias de la comunidad. Si usted vive en una comunidad rural puede, junto con sus vecinos y el promotor de esta unidad, organizarse en comisiones de representación comunitaria ante las delegaciones de la SEDUE en los estados, y solicitar asesoría y créditos a través del Fondo Nacional de Habitaciones Populares (FONHAPO).

El Programa de Vivienda para 1987 de la SEDUE tiene un presupuesto de 2.4 billones de pesos, de los cuales han sido asignados al FONHAPO un total de 84 mil 200 millones de pesos. Con este presupuesto se pretende otorgar créditos para la construcción a comunidades rurales con cierta capacidad de pago, aún en forma mínima; mientras que para las comunidades que no pueden pagar, lo más indicado es el fomento al programa de autoconstrucción dentro del Programa de Comunidad Rural Autosuficiente.

Para tener acceso a este programa y a la obtención de créditos para la construcción en las comunidades rurales, es preciso que, ante todo, exista una organización comunitaria que garantice la marcha correcta del programa. Para ello se recomienda que la comunidad se reúna y elija a sus representantes, éstos deben tomar en cuenta las necesidades de vivienda y la capacidad de pago con que se cuenta. Posteriormente es necesario acudir a la delegación de la SEDUE más cercana a exponer las necesidades de la comunidad en cuanto a vivienda, y recibir asesoría para la construcción. Si la comunidad no cuenta con los recursos suficientes para pagar el crédito, es posible recurrir a la asesoría gratuita para la autoconstrucción.

Si se ha optado por la autoconstrucción, ya sea comunitaria o familiar, en la delegación de la SEDUE recibirá toda la información necesaria que le indique qué tipo de material se puede utilizar, dependiendo del suelo y el clima. Para la autoconstrucción se recibe asesoría para construir desde una casa de adobe hasta una de bajareque (cañas y tierra).

Recuerde que la unidad es lo más importante, por lo que el costo del material para construcción como palas, varillas o madera se reducirá considerablemente si los gastos son compartidos por la comunidad. Además, esto permitirá la integración del medio rural. En consecuencia, es posible pensar que la población rural se concentrará en comunidades arraigadas, con una fuente constante de empleos y bajo costo de vivienda y servicios, además del aprovechamiento de los recursos naturales sin la alteración del equilibrio ecológico.

El programa de Comunidad Rural Autosuficiente existe y está en marcha, pero depende de nosotros, como consumidores de bienes y servicios, y de nuestra organización comunitaria, que estos programas realmente se lleven a cabo. Podemos acudir a los organismos encargados de estos programas para exigir nuestro derecho constitucional a una vivienda digna y decorosa.

Fuente: *Dirección de Promoción y Apoyo de Programas de Vivienda a los Estados de la Subsecretaría de Vivienda de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología.*
Programa Nacional de Vivienda, Febrero de 1987.

Algunas opiniones en torno al problema de la vivienda

Charlotte Bradley Reus

Hay quienes opinan que el problema de vivienda no tiene solución en nuestro país, y menos en esta difícil época considerada por muchos como la crisis económica más severa de las décadas recientes. Pero independientemente de esta apreciación podemos ir más al fondo para conocer cómo el mexicano vive este problema y las acciones que se han realizado o dejado de realizar para cumplir con el derecho constitucional de tener una vivienda digna.

Para valorar y entender las dificultades por las que atraviesa el consumidor para adquirir vivienda, la **Revista del Consumidor** entrevistó al profesor Eleazer Morales, Director de la Facultad de Economía de la UNAM, y a la Dra. Martha Schteingart, investigadora del Colegio de México y escritora de libros y artículos sobre problemas habitacionales en México. Ambos han sido invitados a las reuniones interinstitucionales que organiza la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE). Aquí recogemos algunos de sus valiosos puntos de vista.

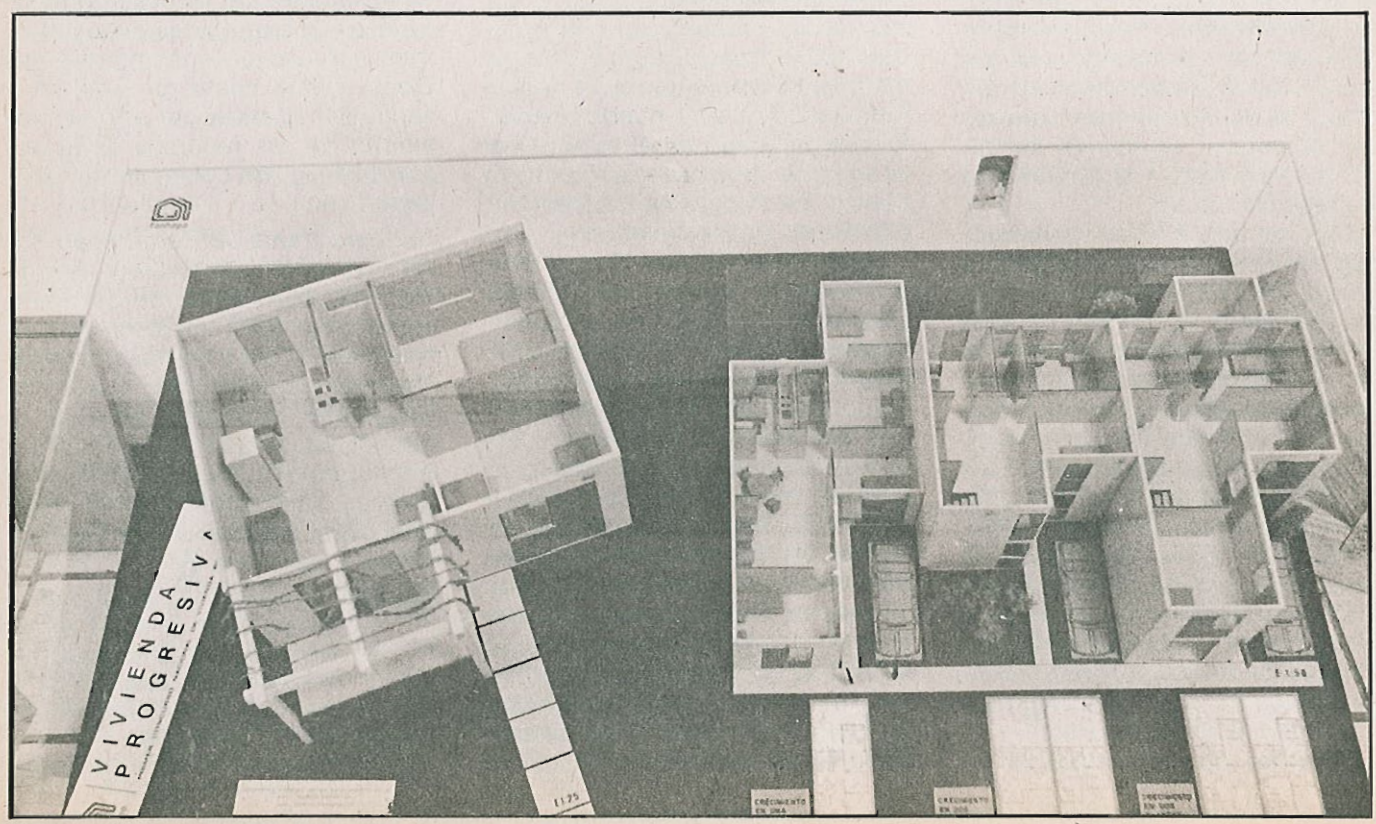
¿Qué pasa con el programa de vivienda?

La doctora Martha Schteingart dice al respecto: "Cada vez hay una brecha mayor entre el costo de vivienda y los salarios. Por lo tanto, a la mayoría de la población cada día se le dificulta más construir. Lo que se está haciendo, como consecuencia, es achicar la vivienda y bajar la calidad".

El profesor Morales, por su parte, ahonda en este punto al cuestionar la calidad de la vivienda actual. Desde su punto de vista resulta curioso que se reduzcan los espacios y además se construya con materiales de ínfima calidad. Así pregunta y se contesta: "¿Por qué los criterios de degradación, que incluso afectan a las personas que podrían tener una vivienda en mejores condiciones? Creo que no tiene justificación el hecho de que hace 20 o 30 años se diseñaran casas con mayor consideración humana, pues resulta que ahora es más afortunado el que tiene una vivienda de esos tiempos que el que estrena. Tal parece que la modernidad y las tecnologías alternativas sólo han servido para una clara degradación de formas de habitar".

¿Alternativas de vivienda para quiénes?

El profesor Eleazer Morales hace la siguiente reflexión sobre las alternativas que se ofrecen en la actualidad "Uno de los efectos



más notorios que se ha padecido por la política de austeridad es haber abatido a niveles realmente risibles la preocupación por propiciar lo que eufemísticamente se ha dado en llamar vivienda digna. Basta ver cómo ahora hasta el FOVISSSTE maneja el otorgamiento de vivienda como un privilegio cuando resulta que por ley, los trabajadores de las instituciones del Estado aportamos el 5 por ciento de nuestros salarios, y que si comparamos las viviendas que se logran entregar con la cuantiosa suma de cuotas que aportamos, llegamos a la conclusión de que alguien está engañando a alguien".

La Dra. Schteingart, quien ha analizado la acción de financiamiento y promoción de vivienda que realiza el Estado dice que: "El número de acciones en este sentido ha aumentado —la SEDUE maneja un incremento del 70 por ciento— pero aún son limitados en comparación con las necesidades". Esto confirma que las conclusiones a las que llega la investigadora en su libro publicado en 1978 no han variado al señalar que los esfuerzos realizados son paliativos, acciones aisladas mientras que la situación de marginación de los sectores populares urbanos los obliga a tomar la alternativa de invadir, rentar o comprar tierra en condiciones de ilegalidad.

Quien quiere no tiene. Quien tiene no quiere.

Sobre este núcleo de población marginal que no tiene alternativas de adquirir créditos para construir, nos aclara la arquitecta: "Estos sectores siempre han tenido malas viviendas, tanto en el campo como en la ciudad". Agrega que lo que antes pudieran ser opciones en viviendas de interés social para este sector, se ha desplazado para el sector medio "hay un corrimiento hacia abajo de los sectores. Es decir, para la clase media no hay más remedio que reducirse y las clases más altas, o no requieren vivienda, o las que actualmente se construyen para sus posibilidades no reúnen sus anhelos y entonces se da el fenómeno de viviendas hechas que no se habitan porque no hay mercado". Al respecto nos anti-

cipa la investigadora que actualmente realizan una encuesta con las inmobiliarias, en donde se ha visto que cada día les resulta más difícil vender, sin embargo, aclara que cada una consigue su ganancia a su manera.

"Los programas de vivienda —prosigue nuestra entrevistada— no se pueden promover para los sectores más necesitados porque no la pueden pagar. Tendría que estar subsidiada y habría que preguntar hasta cuanto puede o quiere el gobierno subsidiar la vivienda. Entonces se construye para quienes le pueden pagar, ya que los créditos son carísimos, con tasas de interés tan altas como el 65 por ciento anual cuando el crédito normal era de 12 por ciento. Aunado a eso, las casas no pueden ser de más de 80 metros cuadrados, a lo que no está acostumbrada la gente que sí tiene recursos".

También señala que antes el sector privado también promocionaba viviendas para sectores medios, pero actualmente queda en manos del Estado tanto la promoción como el financiamiento al controlar todos los recursos que se tienen asignados para este rubro.

El problema de la elevación de costos de vivienda

El profesor Eleazer Morales revela lo siguiente: "Sería interesante investigar por qué en los últimos tres años han aumentado tanto los materiales como el cemento y varilla, por ejemplo, incluso por encima de los índices inflacionarios" (ver cuadro).

Continúa... "Estoy convencido que hay un problema de especulación y de inflación absolutamente inadmisibles y sería interesante explicarlos desde el punto de vista económico".

Dicho planteamiento también lo apoyó la investigadora del Colegio de México al decir que "así como es muy común que en muchos países el programa de vivienda es por parte del gobierno, por otro lado, también lo es el fenómeno de los monopolios en la fabricación de materiales de construcción. Es-

to implica que los precios pueden elevarse, independientemente de la oferta y la demanda pues tienen esa capacidad al no haber quien les haga competencia".

Para la Arq. Schteingart los materiales de construcción son sumamente importantes porque incluso más del 50 por ciento de la población realiza la autoconstrucción. Actualmente, por el crecimiento desmesurado de precios ya no pueden construir con materiales sólidos, y ni siquiera mejorar o ampliar la vivienda a medio construir. "Y lo peor —señala— es que la gente más pobre es la que muchas veces compra más caro que las constructoras o los que producen viviendas para la clase media, porque ellos tienen que comprar en pequeñas cantidades, a la vuelta de la esquina. No tienen dinero para acumular material comprado al mayoreo.

¿Es posible impulsar la economía del país con la construcción de vivienda?

"La vivienda es parte de los mínimos de bienestar y a partir de este concepto se pueden considerar como un problema económico de importancia prioritaria" señala el Director de la Facultad de Economía: "En un país de crisis, y con una estructura industrial tan altamente dependiente, la industria de la construcción puede constituirse en un factor muy eficiente de reactivación económica porque tiene la característica de mayor uso intensivo de mano de obra que en otros sectores (efecto contrario a la reconversión industrial con ocupación cada vez menor de mano de obra o sólo muy calificada, muy importantes por tanto para combatir el desempleo. Por otro lado, concurren en la construcción pequeñas industrias de muy diversos materiales, y lo más importante es que prácticamente el 100 por ciento de los insumos son de origen nacional. Por ello es posible imaginar un impulso de la economía a partir de la construcción. Prosigue el profesor "Si tú compruebas que la industria de la construcción va en picada, es un hecho que la economía en su conjunto va para abajo. Por ello es importante considerar el efecto multiplicador que tiene a partir de esta actividad, porque además es muy positivo no sólo por absorber mano de obra que, por no ser calificada, no puede entrar en la industria moderna, sino que además en el caso de la vivienda existe una demanda efectiva, pues la gente está ansiosa y tiene la necesidad ingente de que le sea satisfecho ese tipo de necesidad por la que está dispuesto a pagar.

En este sentido la Arq. Schteingart prevé la importancia de diferenciar la visión macroeconómica de la parte social en la reactivación de la construcción. De tal forma que se cuidará de no apoyar tan sólo a las empresas constructoras a incrementar sus ganancias, sino a aquellos sectores que más lo necesitan.

¿Cómo poder pagar una vivienda?

Según el profesor Morales, "La actividad especulativa —tan desenfrenada hasta la fecha— pudiera ser frenada para intentar que las inversiones impulsaran la actividad económica. Si esta hipótesis es cierta, es decir, que sí es un problema básicamente de especulación y no de otra cosa, ésta puede meterse bajo control, cosa que no puede hacerse con la estructura de costos, por ejemplo. Controlando la especulación, se pueden suscribir acciones de proyectos que pueden ser autofinanciables, es decir, que la gente pueda pagar y que está ansiosa de beneficiarse con una vivienda digna. Creo que hay recursos, o debiera haberlos".

Al hablar de alternativas viables señala el profesor "Hay la posibilidad de crear formas sociales de organización, de cooperación y ayuda mutua que pudiera desarrollarse un poco al margen y a pesar de la construcción capitalista. Eso es asequible con aportaciones de mano de obra de los propios beneficiarios que debiera generalizarse, pues hasta donde yo sé, en FONHAPO ya hay experiencias interesantes en esto, pero son todavía garbanzos de a libra".

Para la investigadora del problema de vivienda en México, una de las conclusiones sería "El control de precios de insumos es importante y creo que ya se está trabajando en ese sentido al llamar la SEDUE a la iniciativa privada y al sector público a sentarse a la mesa y, a partir de una concertación, sacar soluciones". Por último agrega nuestra entrevistada "El uso de tecnologías alternativas es un punto importante también y si no se han dado resultados satisfactorios es porque se requiere combatir el rechazo a lo nuevo y probarla más para conocer sus ventajas. Esto reclama del apoyo del Estado. Apoyar las innovaciones es tener mayores perspectivas de hacer de la autoconstrucción algo menos costoso".

"La solidaridad afortunadamente es contagiosa"

Marco Arturo Cárdenas Peña

"La solidaridad afortunadamente es contagiosa, es una cosa que se siente, que vibra en nuestro cuerpo y nuestra mente, que invita a sentir como deber que es necesario cooperar, y eso pasó en México"...

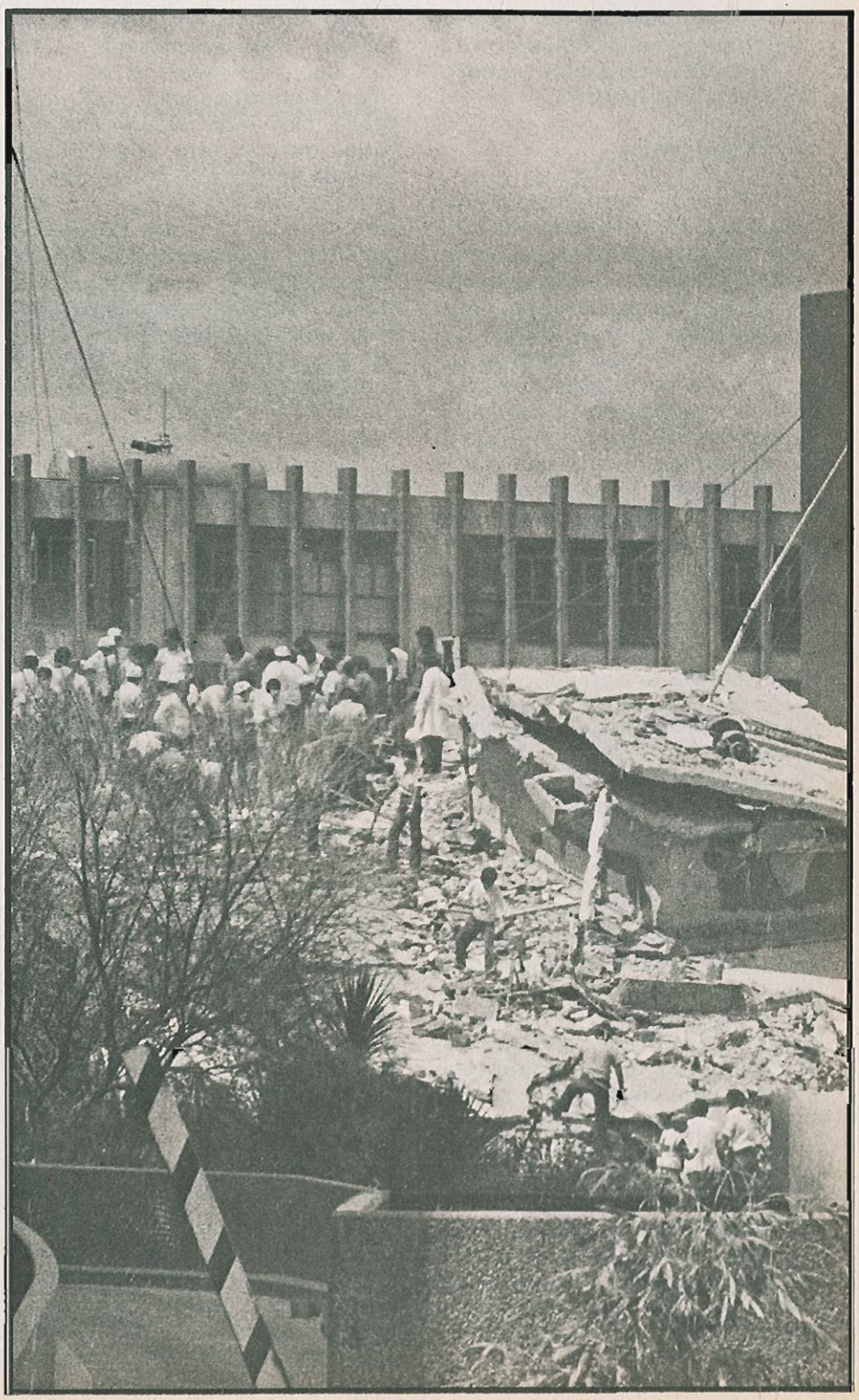
La cita es de la crónica *Señor X, ¿qué hacemos?*, de Raúl Alfonso Cortez. Obtuvo el primer premio en el certamen "Crónicas y Relatos de la Solidaridad en la Reconstrucción", organizado por el Museo Nacional de Culturas Populares con el fin de recopilar y dar a conocer una serie de testimonios de las diversas expresiones sociales generadas en los días que siguieron a los sismos de septiembrer de 1985.

Los participantes —personas que vivieron los acontecimientos— se expresaron a través de diversos géneros literarios que van de la poesía a la crónica periodística.

El jurado que examinó los textos, estuvo integrado por el escritor y periodista Carlos Monsivais, por Lourdes Arizpe, doctora en Antropología y Directora del Museo Nacional de Culturas Populares; por la Subdirectora del mismo, antropóloga María Esther Echeverría y por Alejandra Moreno Toscano, doctora en historia y funcionaria de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología. Los trabajos completos pronto serán publicados por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE), que apoyó de esta manera la realización del certamen.

Continuamos con la crónica de Raúl Alfonso Cortez, y algunos fragmentos de otros escritos premiados.

"Poco tiempo después del terrible sismo la gente se volcó a las calles para ver en qué podían ayudar; el impulso de unos arrastró a otros, se formaron cuerpos de rescate voluntarios"..., cuyo ..."afán no fue de notoriedad, no perseguían la gloria, el pueblo mismo se los pagó, las personas que sacaron con vida los recompensaron cuando al salir a la libertad, lo primero que vieron fue a ellos, a sus salvadores. Las miradas que cruzaron se quedaron fijas perennemente en la retina de los salvados"...



El impulso solidario arrastró a todos

Hugo Anaya Rossel, en su relato (sin título) describe la situación imperante así: "La ciudad, aun en donde no hubo mayor destrucción, se tornó en lo inesperado. (...) Las diferentes alternativas de ayuda, según las posibilidades particulares, invadieron los ámbitos necesarios. Se organizaron los primeros centros de acopio, los primeros albergues, donde cualquier gente podía ayudar, donde cualquier gente podía encontrar un poco de abrigo, ante su desolado cielo derrumbado."

La solidaridad

..."No hizo falta llamamiento oficial alguno, la voluntad de cooperar se alimentó de la espontaneidad, la misma con la que todo mundo llamó a sus gentes para saber si habían sobrevivido"...

..."La solidaridad desde su nacimiento tuvo formas diversas, distintas muchas, coincidentes sin embargo en el objetivo. Aun sobre las especulaciones nadie podía quedarse inmóvil. Tal vez sólo hervir un poco de agua, la cuestión era participar para no perder la razón de estar vivo, de sobrevivir aquí, en nuestra desconocida ciudad".

Las Brigadas

Manuel Sánchez García, en *A mi ciudad herida* detalla la labor de los rescatistas: ... "la brigada del amor se agita cuando por un hueco inverosímil una cara cubierta de polvo se asoma y con una tremenda expresión de dolor, tristeza y alegría al mismo tiempo, reclama ayuda, pues ha descubierto vida allá adentro. En ese momento la fatiga que ya empezaba a pesar, se olvida, la garganta ya no pica, el dolor ... ¿qué dolor? ... y seis, siete, ocho voluntarios corren hacia el hueco para ensancharlo y abrir así otra ventana de vida. A duras penas se logra introducir una camilla y tres hombres penetran con la tremenda decisión de arrebatar a la parca una vida más".

Otra escena típica en esos momentos es la que nos describe Concepción Zarza, en *Carta a mi querido hermano: mexicano desconocido:*

"Mi mente fue sacudida violentamente. Aquello parecía un gran hormiguero humano: niños "scauts" como de siete años, hombres, mujeres, militares, doctores, jóvenes y ancianos que sólo hablaban para dirigir maniobras. Grandes filas humanas, idénticas a las de las pequeñas hormigas que tú y yo admiramos desde niños y que, extasiados, no podíamos imaginar cómo siendo tan pequeñas podían cargar pesos tan enormes. Así fue tu pueblo en esos días, pequeñas manos humanas enlazadas en cadena, moviendo los enormes bloques de concreto, sin tomar en cuenta su tamaño, como dominados por una sola compulsión: ayudar, ayudar"... Otro pasaje del relato de Concepción Zarza como responsable de una brigada, continúa: "Mis manos estaban así felices, quizá tan felices como cuando calzaron los guantes quirúrgicos por primera vez; sintiéndose útiles y convertidas en blancas palomas de cal que unidas a las de mis compañeros volaban al ritmo de los músculos de nuestros cansados brazos, porque recuerda hermano, que el corazón es el músculo más poderoso y resistente de nuestro cuerpo."

Se dieron diversas reaciones, tal y como nos refiere Mauricio Amante Díaz en *Carta a Guillermo:* "Hubo casos muy curiosos, como el de un señor atrapado, bajo un condominio, quien se había protegido permaneciendo sentado junto aun televisor que sostenía una enorme losa, protegiéndole la cabeza. Cuando por fin los rescatistas se acercaron al sitio donde se hallaba sepultado, uno de ellos preguntó: "¿Quién está ahí?", alo que él respondió: —"Pancho Villa, hijo de la... ¡Sácame ya de aquí!" Cuando por fin fue rescatado ileso, una ovación se escuchó en toda la calle mientras el televisor se desmoronaba en pedazos".

Las Costureras

Con los sismos, muchas situaciones injustas fueron conocidas. De las que tuvieron mayor resonancia está la de las costureras. La crónica de María Teresa Bermúdez de Brauns *Tres Mujeres* habla de ellas: "Entre escombros y tragedia empieza lentamente la reconstrucción. Las tres mujeres, con el apoyo de todos los que en aquel sitio están unidos por el dolor, levantan varias tiendas de campaña; se abre un espacio humanitario que permite la reunión y la comunicación; se convive, hay calor y consuelo enmedio de la desolación. A partir del 27 de septiembre se sirve diariamente comida y cena caliente a todos los que allí se encuentran. Ese día llegó abriéndose paso una combi; varias costureras que no habían sufrido pérdidas humanas y que conservaban su lugar de trabajo, traían despensas para las damnificadas; además, con el fin de evitarles cualquier problema de transporte, dieron con cada despensa un billete de 500 pesos para cubrir el costo de un taxi".

La relación que hace de los acontecimientos Hugo Anaya, también toca el caso de las costureras: ... "Sería alentador pretender que son las únicas en tal situación, pero no es así. La solidaridad, del sismo no se acaba con la remoción de escombros, debe tener vigencia siempre. No esperar un nuevo terremoto para darnos por enterados de muchos y muchos más en situación laboral semejante".

La Convicción

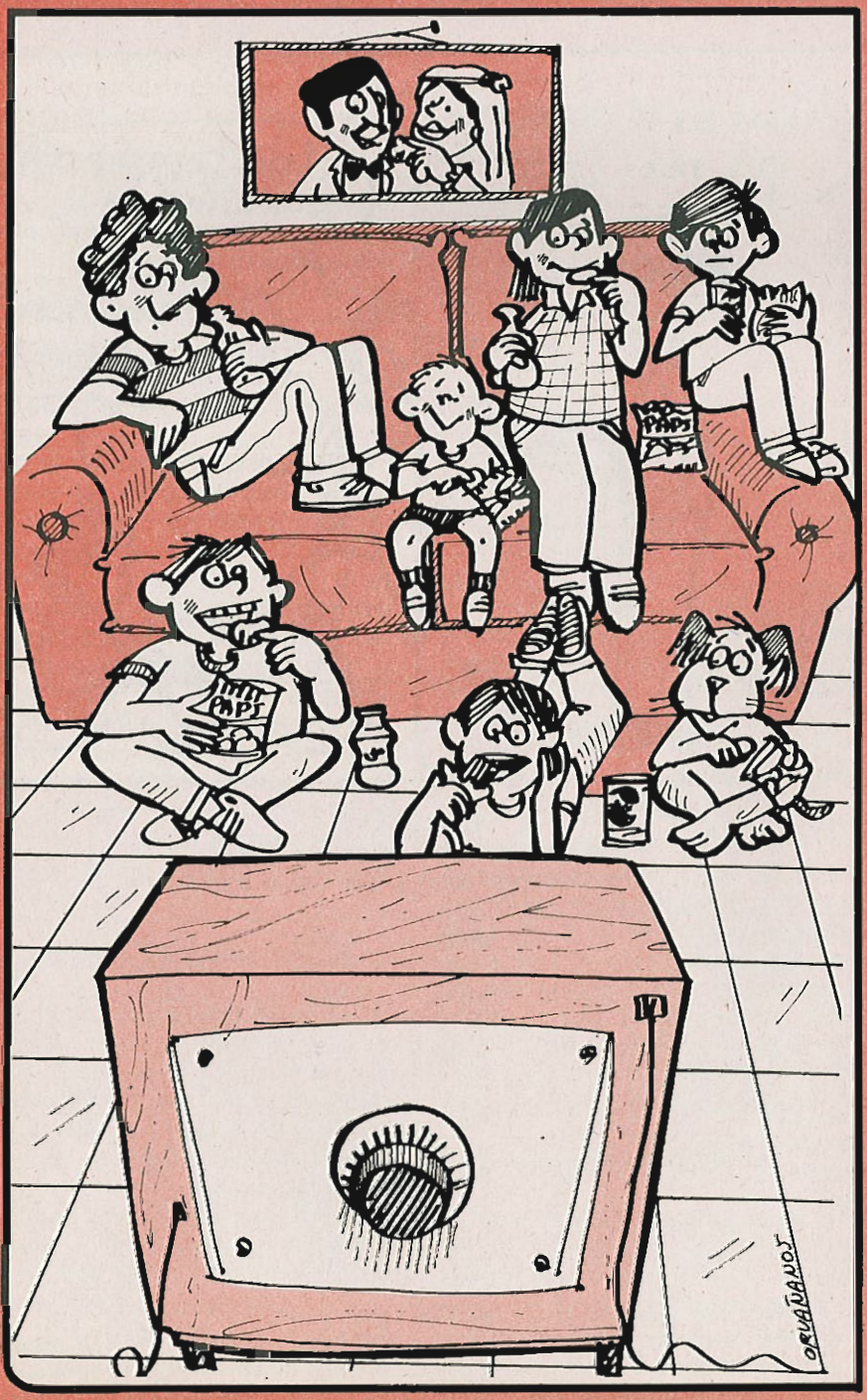
Utilizamos para concluir una reflexión que Agueda Incháustegui hace en su texto *El relato de la Abuela.*

..."Y también me pregunto cómo y con qué vamos a pagarles su entrega (a todos los que aportaron su ayuda), su solidaridad desbordada en estos días aciagos.

La única respuesta positiva que encuentro es el amor, pero no ése de palabritas dulces y apapachos. ¡No!, el efectivo, de lucha, de convicción, de todos los días, momentos y circunstancias"...

"Dime qué ves y te diré qué consumes"

Oscar Romero



La televisión constituye, sin duda, un elemento importante de la vida cotidiana de los niños. Por esta razón Enrique Sánchez Ruíz, actual presidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, realizó un espléndido estudio sobre algunos de los efectos de la TV en los niños de Jalisco.

Por considerarlo de interés para los lectores, rescatamos aquí la parte de la investigación que se refiere a la influencia de la publicidad en los niños tapatíos y sus hábitos de consumo.

La investigación se llevó a cabo con una muestra de 925 alumnos de sexto grado de primaria, en Guadalajara, Jalisco. Prácticamente todos (98.9%) manifestaron tener un aparato de televisión en casa. En promedio, los niños de la encuesta acostumbraban ver la "tele" durante tres horas y media de lunes a viernes. Sin embargo, una cuarta parte de ellos acostumbraban ver cinco o más horas diarias la televisión.

Un primer interrogante que se planteó en el estudio del investigador Enrique Sánchez Ruíz, se dirigió a tratar de conocer que grado de conciencia tienen los niños sobre el papel de inducción al consumo que cumplen los anuncios comerciales televisados.

En la encuesta que se realizó a los niños de sexto grado, la mayoría (70.6%) indicó saber que los anuncios sirven "para invitar a comprar cosas". Sin embargo, una proporción asombrosamente alta (29.4%) para la edad promedio de estos niños, piensa que los anuncios sirven "para entretener", "de relleno", o "para nada".

A partir de las preguntas de la encuesta, se consideró que quienes contestaron, en este renglón, que los anuncios sirven "para invitar a comprar cosas necesarias" tendrían un conocimiento *ingenuo* de tal función; quienes señalaron "para invitar a comprar cosas no necesarias", tendría una conciencia clara. Casi un 30% cae en esta última categoría y cerca de la mitad muestra una conciencia ingenua, por sólo una cuarta parte que manifiesta conocimiento crítico.

Esto se traduce, pues, en que una gran proporción de los niños presenta al parecer una disposición poco crítica ante la publicidad; es decir, un bajo nivel de defensas frente a ella.

Más adelante, los resultados de la investigación indican que los niños de clase media alta tienden, en mayor medida, a ubicarse dentro de las categorías de "conocimiento crítico" y "actitud crítica" que los de los otros dos estratos "probablemente porque, dada una mayor educación de los padres, existe una mayor conciencia y disciplina familiar para el consumo dentro de este estrato, a pesar de ser en principio el de mayor poder adquisitivo", comenta el investigador.

Sin embargo, el que los niños tengan una conciencia crítica de los comerciales, no necesariamente significa que no compren los productos que se anuncian en la televisión (y que están a su alcance). Del total de los escolares, una mayoría (61.7%) manifestaron haber comprado algo que se anunció por televisión la semana anterior a la aplicación de la encuesta.

La confianza en los anuncios como guías para comprar parece tener un efecto mayor en la compra real. Es claro que entre quienes parecen tener menor confianza en los comerciales como guías para comprar cosas, hay una tendencia ligeramente menor a comprar lo anunciado; estos mismos niños presentan una mayor tendencia a no recordar si compraron o no productos publicitados por la TV y a no haberlo comprado.

CUADRO 1

¿Para qué sirven los anuncios de la tele?
(Porcentajes)

Para entretener	de relleno	invitar a comprar cosas no necesarias	para nada	invitar a comprar cosas necesarias
18.9	6.6	25	3.9	45.6

n = 921 (nota: eliminados los que no contestaron = 4)

CUADRO 2
Anuncio de TV que más gusta
(Porcentajes, total y por clase social)

PRODUCTO ANUNCIADO	C. Media Alta	Clase Media	Clase Trabajad.	TOTAL
Pepsi Cola	3.6	12.7	13.1	12.1
Coca Cola	20.7	4.9	5.1	6.4
Pepsi con Michael Jackson	3.6	6.0	5.1	5.4
Pepsi con Menudo	3.6	2.5	3.2	2.9
Zapatos Puma	0.0	3.7	1.7	2.5
Juguetes	2.4	2.5	2.2	2.4
México 86	1.2	1.8	3.2	2.4
Sumas:	35.1	34.1	33.6	34.1

\+ Total Pepsi Cola en la columna de total: 20.4%
++ Nota: estos fueron los anuncios que más votos recibieron, de una larga lista de respuestas. Por esta razón, los totales no suman 100%, sino alrededor de 1/3 del total correspondiente a cada columna (e.g., 925 = 100% en la columna de Total).

Anuncios que más gustaron

Cuando se les preguntó a los niños cuál anuncio les gustaba más, las respuestas favorecieron a las dos más grandes corporaciones trasnacionales de refrescos: Pepsi Cola y Coca Cola.

Algunos niños respondieron genéricamente con el nombre del producto anunciado, mientras que otros especificaron más añadiendo el nombre de las estrellas juveniles que utilizaban los comerciales como figuras modernizantes y/o símbolos de "modernidad"; el cantante norteamericano Michael Jackson y el grupo puertorriqueño Menudo.

Es claro que por lo menos a este nivel —de que el anuncio atraiga la atención y guste—, la publicidad de estas trasnacionales cumple bien su cómetido, pues por el formato y uso de "culturemas" juveniles se infiere que está elaborado específicamente para un teleauditorio de jóvenes y adolescentes.

En el recuadro se puede observar que los niños de clase media alta prefirieron en mayor medida el anuncio de la Coca Cola, que utilizaba un formato parecido al de la Pepsi Cola (música de moda, imágenes urbanas norteamericanas...), pero menos "popular" y sin la utilización de figuras particulares de ídolos juveniles.

Por otra parte, el voto de algunos niños por la categoría general de "juguetes" responde que la encuesta se aplicó durante el mes de diciembre, en plena temporada navideña.

Qué anuncio les gusta menos

También se incluyó en el cuestionario a los escolares la pregunta ¿qué anuncio les gusta menos? En primer lugar, es sintomático que una mayor proporción de ellos no hayan contestado la pregunta, en comparación con quienes contestaron la anterior. El comercial del detergente Ariel fue el que más votos recibió como el anuncio menos gustado.

Se podría interpretar la menor tasa de respuesta a esta última pregunta como una aceptación general (o lo que es lo mismo, poco rechazado) de la publicidad, por parte de los niños. "Esto es bastante creíble, pues el fenómeno publicitario forma ya parte consustancial de la vida 'moderna' en las sociedades capitalistas contemporáneas y por las relativamente bajas 'defensas' de estos niños ante la publicidad, que nos han sugerido los datos anteriores", comenta el investigador.

CUADRO 3
Los anuncios televisivos y su influencia
(Porcentajes, por tipos de productos)

Tipo de producto	Tiempo de exhibición	Anuncio gusta	Anuncio no gusta	Producto comprado
1. Juguetes	1.0	6.6	2.9	7.9
2. Chicles/dulces	2.3	1.8	1.4	10.7
3. Nieves	0.0	0.4	0.3	0.7
4. Chocolates	0.3	1.4	1.3	3.2
5. Botanas	7.0	3.9	4.2	13.9
6. Pastelillos/galletas	4.2	0.4	7.6	5.7
7. Otros comestibles	19.0	4.3	5.8	15.1
8. Leche	0.0	0.0	0.0	0.7
9. Bebidas alcohólicas	2.7	3.4	5.9	0.2
10. Bebidas en polvo	2.3	3.7	0.9	1.7
11. Refrescos	6.2	27.7	9.8	25.4
12. Cigarros	1.0	0.9	2.4	0.3
13. Limpieza/hogar	3.7	2.7	15.1	8.7
14. Electrodomésticos	0.0	0.3	0.5	0.3
15. Art. hogar no electr.	0.0	0.0	0.7	1.2
16. Higiene/belleza/limp.	13.3	5.9	11.7	7.1
17. Vestido y calzado	2.0	5.5	2.9	5.8
18. Art. escolares	0.3	0.1	0.1	1.4

NOTA: En el cuadro hemos eliminado varios tipos de servicios y algunos productos que no pudieron haber "comprado" los niños y que no son significativos para esta exposición.
\+ Para la primer columna, N = 5,995 segundos (100%)
++ En las otras tres columnas, N = 925 niños (100%)

Qué producto compraron

Ante la pregunta sobre qué producto que se anunciara en la televisión habían comprado la semana anterior, se detectó que fueron los refrescos en general, así como la Pepsi y Coca en particular, los productos que más consumieron los escolares jaliscienses. Se observa aquí que hay una correspondencia alta entre los anuncios que más les gustan y los productos que más tienden a adqurir. También se comprobó que los productos que los niños consumen más son relativamente baratos, además de que estos productos consumidos pertenecen a la categoría general de "productos chatarra" (chicles, dulces, nieves, chocolates, botanas, pastelillos y galletas, bebidas en polvo y refrescos). El 61% de los productos comprados pertenecen a este rubro.

En el análisis de la muestra de los programas que los niños indicaron que más veían, se encontró que el 22.3% del tiempo publicitario se dedicó a tal tipo de productos.

Conclusiones

Algunas conclusiones que el autor de la investigación, Enrique Sánchez Ruíz desprende de su estudio, son las siguientes:

Es cada vez más claro que la televisión es el medio de difusión masiva que cuenta con mayor credibilidad y confianza en México, lo que aquí corroboramos con respecto a los niños tapatíos.

Hemos visto también que los escolares de sexto año, en Guadalajara, aprenden de la televisión, en particular de las telenovelas, acerca de los problemas de México, así como formas para resolver sus problemas personales.

Con respecto a la publicidad, hemos visto que la mayoría de los niños tiene conocimiento de la función de inducción al consumo de los comerciales televisivos. Sin embargo, también nos hemos dado cuenta de que solamente una cuarta parte de ellos tienen al parecer una *conciencia crítica* de tal función, por casi la mitad cuyo conocimiento hemos clasificado como "ingenuo". Dos terceras partes, por otro lado, muestran una actitud ingenua ante los comerciales. De igual manera, cerca del 60% de los escolares manifestaron tener confianza en los anuncios como guías para comprar cosas.

Hay una relación moderada entre la confianza que les tengan a los anuncios televisivos y la compra de productos anunciados; o sea que mientras más confianza muestran los niños, es más probable que manifiesten que compraron algo que se anunciara por televisión.

Este dato es importante puesto que, si recordamos que 61.3% de los productos que mencionaron los niños que habían comprado eran los llamados "productos chatarra', esto significa que la televisión, que cuenta con su mayor credibilidad y confianza, está influyendo de una forma nociva en sus hábitos de nutrición.

En primer lugar, los refrescos son el producto cuyos anuncios televisivos parecen tener mayor impacto entre los niños de nuestra investigación, aunque los pastelillos industrializados y galletas, las botanas, los chicles y dulces no quedan demasiado atrás.

Toca al Estado y a la sociedad civil, a la escuela y a la familia, a los demás vehículos de educación formal e informal, intentar contrarrestar las influencias nocivas que la televisión comercial ejerce sobre la niñez.

En Guadalajara, la tele no sólo sirve para ver el futbol

Oscar Romero

¿Es posible que los niños le tengan más confianza a la televisión, para enterarse de algo importante, que a sus padres, hermanos, amigos y maestros?

Por lo menos así sucedió con algunos niños de Jalisco en un estudio realizado por el investigador Enrique Sánchez Ruíz, en donde además se detectó que los niños reconocen más a artistas como la cantante Lucía Méndez que a algunas figuras públicas del país.

A los niños se les preguntó a quién le tendrían más confianza para enterarse de algo importante. Como opciones de respuesta se incluyeron además de los medios de comunicación, al libro y a personas significativas (mamá, papá, amigos, hermanos, maestro, sacerdote). Aquí, la mayoría de los niños prefirió la televisión (36.9%), la mamá (12.1%) y el maestro (con sólo 7.7%).

En cuanto al canal de televisión que más veían, casi la mitad de los niños indicó el canal 9, repetidor del canal 5 de la ciudad de México. Uno de los atractivos de esta estación, en el tiempo en que se realizó la encuesta (diciembre de 1984) era que transmitía las caricaturas y las series norteamericanas de moda.

Sin embargo, en la investigación se detectó que eran principalmente los niños de clase media alta los que en mayor porcentaje preferían esta programación. En cambio, en los niños de estratos bajos aumenta la preferencia por los canales que transmiten más programación "nacional": el canal 2, repetidor del 2 de México y el canal 4 local que transmitía una gran cantidad de películas mexicanas y programas viejos de Televisa (predominantemente, telenovelas).

Los programas que más gustan

Destacó el hecho de que los programas que más gustaron a los niños fueron aquellos exclusivamente de entretenimiento, seguidos por los programas norteamericanos (en su mayoría series de aventuras y caricaturas). Además estos programas se caracterizan por la presencia de escenas violentas (en distintos grados).

Otro aspecto que resalta de la investigación fue el hecho de que muchos de los programas indicados como preferidos, como la telenovela "Los Ricos también Lloran", y la mayoría de las series, son producidos para una teleaudiencia adulta y algunos se transmiten relativamente tarde (por ejemplo, la telenovela se transmitía de 10 a 11 de la noche por el canal 4 local).

Por estratos sociales, los programas más gustados fueron: en la clase media alta el programa "Viajeros" (serie de aventuras sobre una parcial versión de la historia norteamericana). Mientras tanto, en los otros dos estratos, las principales elecciones fueron: "Los Ricos También Lloran" (primer lugar para la clase trabajadora y tercero para la clase media); "El Chavo" (tercero y segundo, en el mismo orden); serie de caricaturas "Belle y Sebastian", (segundo y primero, respectivamente).

La TV, tema de conversación infantil

Parece ser que la televisión también funciona para establecer la agenda de conversaciones de los niños; casi una cuarta parte de ellos indicó que había platicado "mucho" sobre las cosas que vio en la tele durante la última semana.

Los niños de clase media alta aparecen como los que recuerdan haber platicado más, aunque de hecho en los tres estratos la mayoría de los niños se agrupan en las opciones "mucho" y "algo".

La TV y la vida real

De acuerdo con la investigación de Enrique Sánchez, en el estado de desarrollo en que se encuentran los niños de sexto año, ya aprendieron a discriminar, por ejemplo, entre los anuncios comerciales y los programas, así como el efecto diferencial de verosimilitud entre tipos de programas (por ejemplo, entre caricaturas y noticieros o documentales).

Así, casi la mitad de los niños considera que solamente "algunos" programas televisivos muestran la vida real.

Sin embargo, destaca el hecho de que un 14% de los escolares creen que "todos" o "casi todos" los programas de televisión muestran la vida real. Esta creencia se acentúa ligeramente entre quienes más tiempo ven televisión. Además, un 5.6% de los niños cree que los "programas americanos de aventuras" muestran mejor lo que sucede en el mundo, y otro 5.3% piensa así de las películas.

CUADRO 4

Los programas que más gustan (diciembre de 1984)

Rango	Nombre del Programa	Total	Hombres	Mujeres
1	Los Ricos También Lloran (Telenovela)	80	14	66
2	Belle y Sebastian (Caricatura)	68	26	42
3	El Chavo (Comedia)	56	30	26
4	Futbol (Deportes)	44	44	0
5	El Auto Increíble (Serie de Aventuras)	38	33	5
6	Magnum (Serie de Aventuras)	30	19	11
7	XETU (Concurso)	29	3	26
8	Super Héroe por Accid. (Serie de Aventuras)	28	22	6
8	Ricki Ricon (Caricaturas)	28	9	19
9	Disneylandia (Infantil)	26	11	15
10	Viajeros (Serie de Aventuras)	25	7	18
10	Video Rock (Variedades)	25	20	5
11	Sixto (Infantil c/Caricaturas)	24	11	13
12	Los Dukes de Hazzard (Serie de Aventuras)	22	19	3
13	(Los Profesionales (Serie de Aventuras)	20	14	6

Nota: Los que tienen el mismo rango recibieron el mismo número de "votos"

CUADRO 5
Reconocimiento de personajes públicos

Personaje	Ocupación	Porcentaje
Lucía Méndez	Artista de Telenovelas	87.9
Guillermo Ochoa	Locutor de Televisa	78.5
Enrique Alvarez del C.	Gobernador de Jalisco	74.3
Jorge Saldaña	Locutor TV Estatal	43.5
Heberto Castillo	Líder del PMT	24.9
Fidel Velázquez	Líder de la CTM	24.0

CUADRO 6
Partido político por el que votarían
(porcentajes, por clase social)

	PRI	PAN	PSUM	OTRO	No Cont.	N (100%)
C. Media Alta	24.4	54.9	2.4	0.0	18.3	82
C. Media	47.5	31.9	6.3	0.9	13.4	432
C. Trabajadora	45.0	26.3	10.5	2.4	15.8	411

Las Telenovelas y los niños

En cuanto a las telenovelas, más de un 15% de los niños piensa que *todas* las telenovelas presentan problemas iguales a los que la gente enfrenta en la vida real. Casi la mitad piensa que "todas" o "algunas".

Pero además, del total de los encuestados, poco más de una tercera parte está "totalmente de acuerdo" o "de acuerdo" en que viendo telenovelas se pueden aprender formas de resolver los problemas propios. Esta creencia aumenta más al descender la escala socioeconómica. De los resultados del estudio, el autor desprende que en este caso "los niños pertenecientes a la clase trabajadora aparecen como los más vulnerables a las influencias de la televisión".

Las telenovelas y la política para los niños

Para una proporción alta de los niños entrevistados, las telenovelas "reflejan" los problemas de México. En la investigación se detectó también que existe una asociación moderada entre el interés por conocer la política de México y la creencia de que las telenovelas reflejan los problemas de México; es decir, hay una tendencia en la que los que están más de cuerdo en lo último, manifiestan mayor interés por lo primero.

De estos datos, el investigador desprende que "como primer acercamiento, esto nos habla en primer lugar, aunque suene raro, del potencial politizador de la telenovela. Esto puede tomarse desde dos ángulos: por el lado crítico, generar la preocupación por el hecho de que quizás nuestros escolares están siendo socializados políticamente en alguna medida por las telenovelas; pero por otro lado, nos habla también de la posibilidad eventual de utilizar este género televisivo con fines alternativos a los actuales.

Lucía Méndez vs. Políticos

También en el estudio se corroboró que la televisión comercial en particular el monopolio privado Televisa, produce imágenes de personalidades públicas que están más presentes en la conciencia de los niños que las que de quienes, a través de la política, son consideradas figuras públicas incluyendo al Jefe del Ejecutivo en el Estado, que es usualmente quien más sobresale en la esfera política estatal.

Aquí, dos personajes que se ostentan como representantes de la clase trabajadora, Heberto Castillo y Fidel Velázquez, no solamente fueron reconocidos por apenas un poco menos de una cuarta parte del total de los niños, sino que, además, dentro del estrato de niños de clase trabajadora fueron reconocidos por una todavía menor proporción.

Dentro del estrato de clase trabajadora, una proporción ligeramente superior a la del total (88.8%) identificó a la artista Lucía Méndez, mientras que al gobernador del estado lo identificaron apenas un poco más de dos tercios de los niños.

A propósito de la política, a los niños se les preguntó que, si pudieran votar en ese momento, por qué partido lo harían. El PRI recibió 44.3% de los votos, por cerca de un 31.5% para el PAN. El PSUM recibió 7.8% de los votos y 1.5% de los niños indicó que votaría por otro partido. Un relativamente alto porcentaje, 14.9%, o no contestó o contestó con alguna "vacilada".

Artículos electrodomésticos: ¿Al alcance de quién?

Sí hay.... pero no hay

Sin duda alguna todos apreciamos la utilidad y las ventajas que representan los aparatos electrodomésticos en el hogar. Algunos son indispensables en la vida moderna; otros en cambio, sólo facilitan el trabajo o hacen la vida más cómoda.

Tener un refrigerador, una estufa o una plancha, beneficia a todo aquel que debe enfrentarse a las labores diarias del aseo, de la cocina, etc. Otros como la lavadora o licuadora son de considerable ayuda, pero en determinado momento se puede prescindir de ellos. Un tercer grupo comprende a los que proporcionan entretenimiento, como los televisores o los aparatos de sonido.

Pero, ¿qué sucede con los precios de estos productos?, ¿están realmente al alcance de la mayoría de la población? ¿Qué esfuerzo debe realizar un trabajador con ingresos de salario mínimo para comprar algunos de éstos productos.

Para responder a estas preguntas se realizó un breve análisis comparativo del precio de 7 artículos electrodomésticos más comunes en los hogares mexicanos. Se observaron los incrementos sufridos por los electrodomésticos en el periodo enero-junio del presente año, y se compararon con el salario mínimo vigente en el Distrito Federal.

Durante el mes de enero era necesario destinar el ingreso de dos meses y doce días para comprar una estufa. La plancha, por su parte requería 3 días de salario para su adquisición.

En el caso de la lavadora, su precio equivalía a trabajar 2 meses y 11 días; la licuadora solamente una semana; el televisor a color, 3 meses y 7 días; y el equipo de sonido equivalía a 1 mes y 5 días.

En la primera semana del mes de junio, el esfuerzo necesario para adquirir estos mismos productos había cambiado de la siguiente manera: El refrigerador ahora requería de 3 meses y 3 días, es decir, 21 días más para poder adquirirlo —pese al incremento al salario mínimo—.

Para comprar la estufa fue necesario trabajar casi 8 días más; para la lavadora 11.25 días; el televisor de color, 33.46 días; el equipo de sonido, 7.71; la plancha, 1.07 días; y la licuadora 1.56 días más.

Los datos anteriores, revelan las pocas posibilidades para poder adquirir cualquiera de estos productos por parte de la población asalariada de bajos ingresos, pero además revela la desigualdad en que se han incrementado estos productos con relación al salario, pues en un periodo de cinco meses el salario mínimo se incrementó tan sólo en 20 por ciento mientras que el paquete seleccionado aumentó en promedio el 51 por ciento.

Esta situación no deja de ser preocupante, en cuanto que los satisfactores básicos o de bienestar sólo están al alcance de una minoría. Y el resto de la población debe hacer esfuerzos incomprensibles para adquirirlos, y cuando lo hacen, ¿en que situación dejan los rubros de alimentación, educación y vestido?

Fuente: *Departamento de Estudios Económicos del INCO.*

Las andanzas de los precios ¿Cómo pegó la inflación en mayo?

La evolución de los precios al consumidor muestra un panorama poco optimista debido al persistente proceso inflacionario. De acuerdo con el Banco de México el Indice Nacional de Precios al Consumidor registró un crecimiento del 44.5 por ciento en promedio, durante los primeros cinco meses del año. La inflación en el período enero mayo de 1985 fue de 32.0 por ciento, que representa 12.5 puntos porcentuales por abajo de la registrada para el mismo lapso en el presente año.

La inflación anualizada de mayo de 1986 a mayo de 1987 registró un índice del 137.5 por ciento.

Estas cifras muestran un ritmo acelerado de la inflación, lo que hace pensar que a la mitad del año la inflación superará el 50 por ciento, y de continuar esta tendencia serán superadas hasta las estimaciones más conservadoras y optimistas al concluir el presente año.

Los rubros que registraron las mayores variaciones en el mes fueron: transporte, con el 11.2 por ciento; ropa y calzado, con el 9.0 por ciento; y alimentos, bebidas y tabaco, con el 7.8 por ciento (todos ellos superan el índice general). Los grupos que se incrementaron en menor medida fueron vivienda, que lo hizo en 3.9 por ciento y educación y esparcimiento, con 6.4 por ciento.

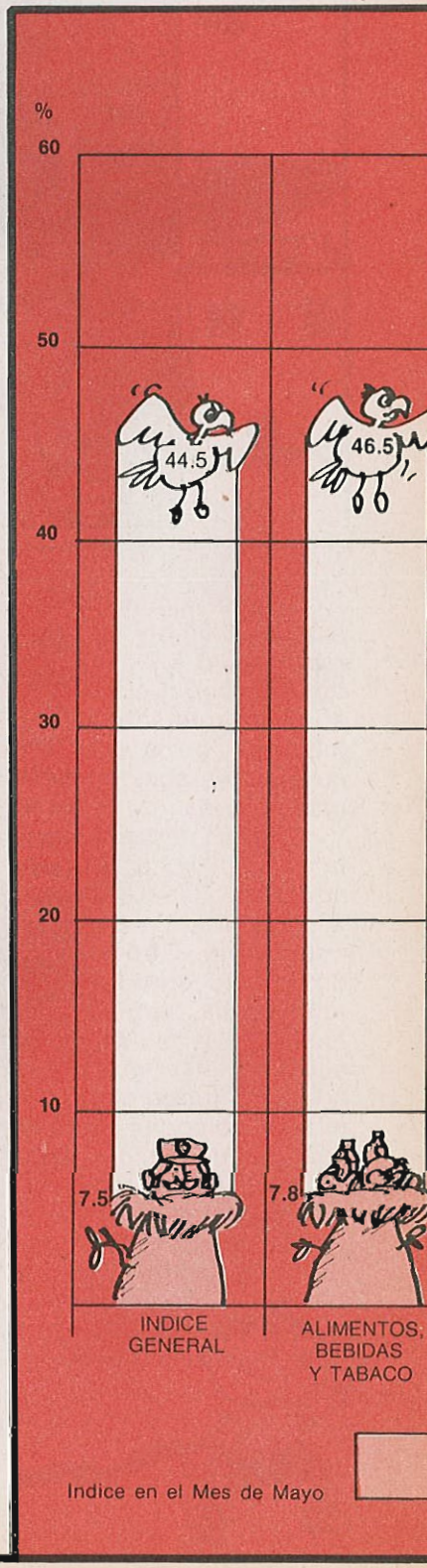
De enero a mayo los rubros que registraron los mayores incrementos fueron: salud y cuidado personal (57.4 por ciento), transporte (46.8 por ciento) alimentos, bebidas y tabaco (46.5 por ciento) y muebles y enseres domésticos (44.9 por ciento). El rubro que registró la menor variación fue el de vivienda, con un índice acumulado para el mismo periodo del 33.0 por ciento.

Las ciudades con mayor o menor inflación

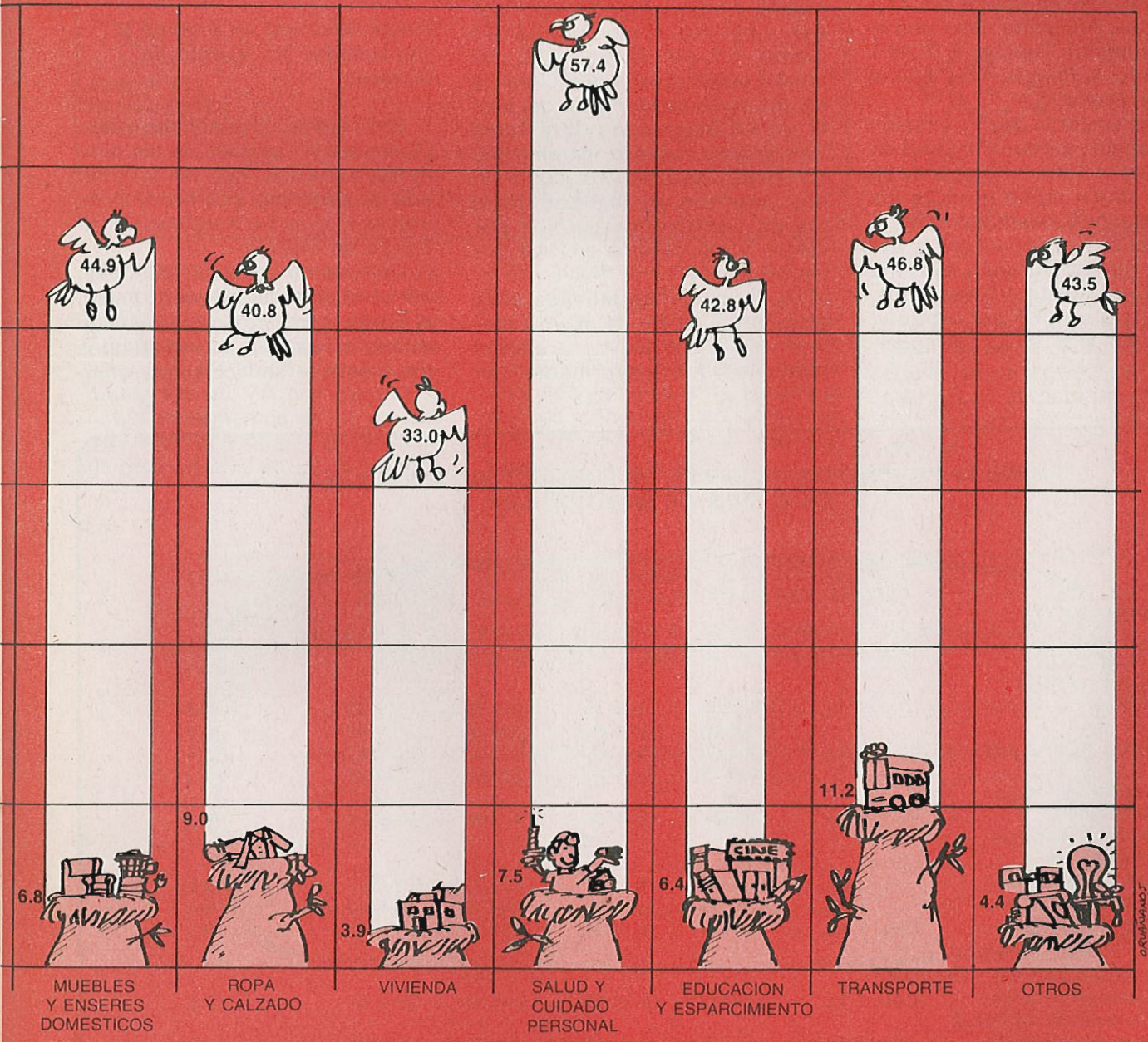
De las 35 ciudades donde el Banco de México recopila información, la que mostró el mayor crecimiento en el Indice de Precios, durante mayo, fue Tijuana, B.C., con el 10.2 por ciento.

Otras ciudades que reportaron variaciones significativas con respecto al mes anterior fueron: Iguala, Gro. (9.7 por ciento); Monclova, Coah. (9.2 por ciento); y Puebla, Pue. (9.1 por ciento).

Por otro lado, las ciudades que registraron menores crecimientos durante este mismo periodo fueron Veracruz, Ver. con el 5.0 por ciento; Tampico, Tamps. el 5.1 por ciento; Chetumal, Q.R. el 5.4 por ciento; y, Villahermosa, Tab. el 5.5 por ciento.



INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR POR CONCEPTO DE GASTO



Indice Acumulado Enero-Mayo de 1987

Fuente: Indice de Precios del Banco de México

En lo que se refiere al comportamiento del Indice de Precios, durante lo que va del año (Indice acumulado), las ciudades que mostraron los mayores porcentajes de variación, fueron: Monclova, Coah. con un índice del 49.2 por ciento; Acapulco, Gro. con el 48.3 por ciento; Tijuana, B.C. 48.1 por ciento; y Puebla, Pue. con el 47.3 por ciento.

Si bien es cierto que la inflación no se detiene, existen ciudades en las cuales el ritmo inflacionario es menor; es así como durante los primeros cinco meses Hermosillo, Son. registró una variación del 41.1 por ciento; Culiacán, Sin. una del 41.5 por ciento; Villahermosa, Tab. lo hizo en 41.5 por ciento; y Tulancingo, Hgo. en 42.1 por ciento.

Los precios en productos controlados y no controlados

Las variaciones en el Indice de Precios al Consumidor de los productos controlados, no controlados y básicos, fueron del 7.3 por ciento, 7.7 por ciento y 8.2 por ciento respectivamente. Durante los primeros cinco meses del año, el índice acumulado para estos tres grupos registró incrementos similares. Los productos controlados crecieron en 44.9 por ciento los no controlados en 44.2 por ciento y los básicos en 44.3 por ciento.

La Inflación anualizada para estos productos —de mayo a mayo—, señala a los controlados como los que mayormente han sufrido cambios en sus precios, incrementándose en 134.4 por ciento en el periodo, los no controlados crecieron en 119.9 por ciento, y los básicos en 117.3 por ciento.

Indice Nacional de Precios al Consumidor por estrato de ingresos

Este Indice, registra las variaciones en los precios de las diferentes canastas, que de acuerdo con el consumo por estratos de ingreso, que ha establecido el Banco de México.

De acuerdo con esta Institución bancaria, durante el mes de mayo, el estrato con ingresos de hasta un salario mínimo vio incrementados los bienes y servicios que com-

CAMBIOS DE PRECIOS OFICIALES DE PRODUCTOS SELECCIONADOS EN EL MES DE MAYO DE 1987

PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO* ANTERIOR	FECHA DE FIJACION	PRECIO * ACTUAL	FECHA DE FIJACION	INCREMENTO EN EL PERIODO
ALIMENTOS						
Carne de Res						
Pulpa	1 kg.	2,800.00	20-IV-87	2,900.00	2-V-87	3.6
		2,900.00	2- V-87	3,200.00	14-V-87	10.3
Retazo con hueso	1 kg.	1,400.00	20-IV-87	1,450.00	2-V-87	3.6
		1,450.00	2- V-87	1,600.00	14-V-87	10.3
Harina de Trigo estándar	Paq. 1 kg.	289.00	12-XI-86	479.00	7-V-87	65.7
Azúcar para uso domèstico						
Azúcar estándar	1 kg.	195.00	19- I-87	231.00	18-V-87	18.5
Azúcar refinada	1 kg.	310.00	19- I-87	367.00	18-V-87	18.4
Harina de maíz	Paq. 1 kg.	179.00	8- X-86	371.00	21-V-87	79.3
ARTICULOS DE LIMPIEZA						
Detergente Ariel	Bolsa 1 kg.	918.00	4-III-87	1,043.00	21-V-87	13.6
Detergente en barra Don Máximo	Gigante	207.00	4-III-87	235.00	21-V-87	13.5

* Precios vigentes para toda la República.
FUENTE: Elaboración del Departamento de Estudios Económicos con base en datos proporcionados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

INFLACION POR GRUPO DE INGRESOS EN EL MES DE MAYO Y ACUMULADO DE ENERO-MAYO/87

GRUPO DE INGRESOS	VARIACIONES MENSUAL %	ENERO-MAYO/87	MAYO/86 MAYO/87%
I Hasta un Salario M.	7.2	43.3	112.0
II De uno a tres Salarios M.	7.8	44.4	124.7
III Más de tres Salarios M.	7.4	44.7	125.4

FUENTE: Banco de México, Indice Nacional de Precios.

prenden su canasta, en 7.2 por ciento; para el estrato de uno o tres salarios mínimos se encareció en 7.8 por ciento; y para el de más de tres salarios mínimos el incremento fue del 7.4 por ciento.

Los incrementos en los precios de estas canastas, durante el periodo comprendido de enero a mayo sitúan al estrato de más de tres salarios como el más afectado, con un índice del 44.7 por ciento. En el estrato de hasta un salario mínimo registró la menor variación en su canasta durante el periodo, con el 43.3 por ciento, es decir 1.4 puntos porcentuales por abajo del estrato alto.

Al analizar lo sucedido de mayo de 1986 a mayo de 1987 resulta que el estrato alto también es el más afectado por la inflación, ya que el índice registró un 125.4 por ciento,y el de para un salario fue de 122.0 por ciento, para el mismo periodo.

INFLACION EN LOS PRECIOS EN EL MES DE MAYO, ACUMULADO DE ENERO-MAYO/87 Y ANUAL MAYO/86-MAYO/87

PRODUCTOS	VARIACIONES MENSUAL %	ENERO-MAYO/87	MAYO/86 MAYO/87
Controlados	7.3	44.9	134.4
No controlados	7.7	44.2	119.9
Básicos	8.2	44.3	117.3

FUENTE: Banco de México, Indice Nacional de Precios.

Cambio de precios oficiales de productos seleccionados

Durante el mes de mayo se incrementaron los precios de algunos productos que se encuentran sujetos a control oficial, de entre los cuales se seleccionaron aquellos que figuran como los más importantes para cualquier tipo de economía doméstica.

Del grupo de alimentos se tomó, en primer lugar, la carne de res, (pulpa y retazo con hueso) ya que este producto sufrió dos incrementos durante mayo. La pulpa se cotizó, a partir del 20 de abril, en $ 2,800.00, pasando a tener un incremento del 4.0 por ciento y posteriormente el 14 de mayo su precio subió de nuevo en un 10.3 por ciento, quedando finalmente en $ 3,200.00 el kilogramo. Por lo que se refiere al retazo con hueso sucedió lo mismo: se incrementó en los mismos porcentajes en el mismo periodo, fijándose finalmente un precio de $ 1,600.00 a finales de mayo.

La harina de trigo tipo estándar, que había mantenido su precio desde noviembre de 1986 hasta mayo de 1987 en $ 286.00, tuvo un incremento de 66.0 por ciento, quedando su precio en $ 476.00. Lo mismo sucedió con la harina de maíz, la cual había mantenido su precio con $ 179.00 desde octubre de 1986 hasta mayo de 1987 quedando a partir de esta última fecha en $ 321.00, es decir, subió 79.3 por ciento, el cual resulta ser bastante significativo, sobre todo si para el mismo periodo se hace una comparación con respecto al incremento autorizado al salario mínimo.

Por lo que se refiere a artículos de limpieza, los detergentes sufrieron un incremento alrededor de 14.0 por ciento en el periodo de marzo a mayo de 1987, el Ariel en bolsa de 1 kg. pasó $ 918.00 para $ 1,043.00 pesos y el detergente en barra Don Máximo tamaño gigante de ser su precio $ 207.00, pasa a ser de $ 235.00 pesos.

CIUDADES CON MAYOR Y MENOR INFLACION EN EL MES DE MAYO

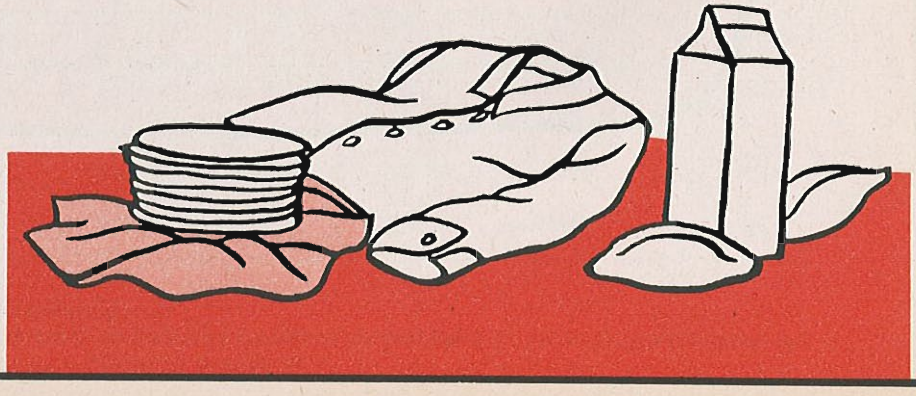
CIUDAD	VARIACION MENSUAL MAS ALTA %	CIUDAD	VARIACION MENSUAL MAS BAJA %
Tijuana B.C.	10.2	Veracruz Ver.	5.0
Iguala Gro.	9.7	Tampico Tamps.	5.1
Monclova Coah.	9.2	Chetumal Q.R.	5.4
Puebla Pue.	9.1	Villahermosa Tab.	5.5

FUENTE: Banco de México, Indice de Precios.

CIUDADES QUE ACUMULARON LA INFLACION MAS ALTA Y MAS BAJA EN LOS MESES DE ENERO A MAYO DE 1987

CIUDAD	ACUMULADO ENERO-MAYO/87 MAS ALTO %	CIUDAD	ACUMULADO ENERO-MAYO/87 MAS BAJO %
Monclova Coah.	49.2	Hermosillo Son.	41.1
Acapulco Gro.	48.3	Culiacán Sin.	41.3
Tijuana B.C.	48.1	Villahermosa Tab.	41.5
Puebla Pue.	47.3	Tulancingo Hgo.	42.1

FUENTE: Banco de México, Indice de Precios.



Consumidor en el mundo

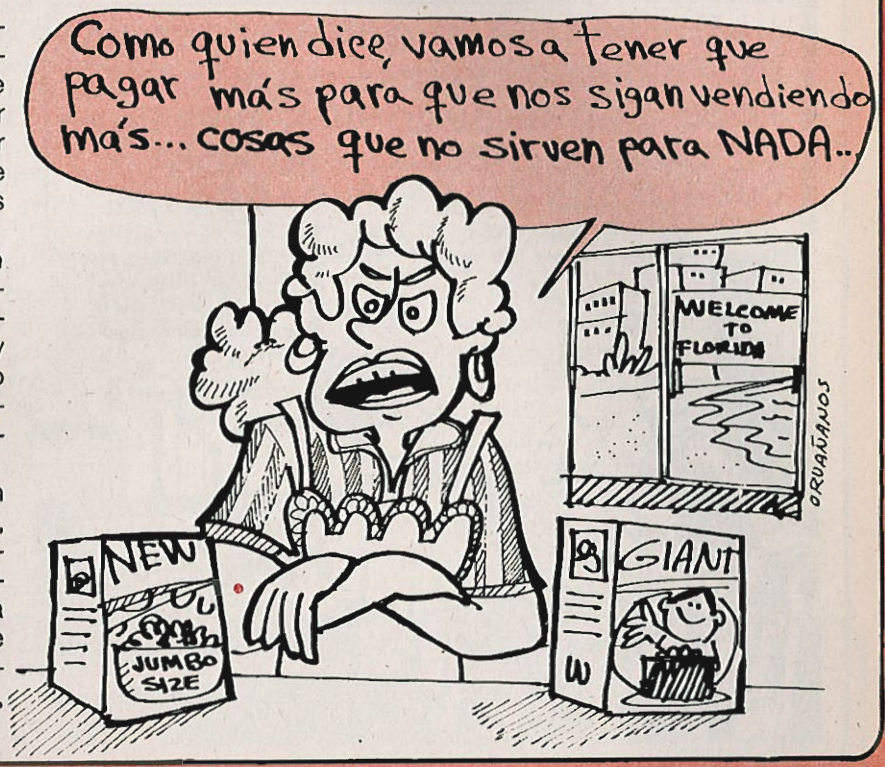
Oscar Romero

Cuando los publicistas salen a la calle

Socios y dirigentes de la Federación de Publicistas de EU realizaron un mitin en la ciudad de Orlando, Florida para protestar contra el impuesto de cinco por ciento sobre la publicidad que acordaron aplicar los legisladores de aquella entidad.

Como una forma de presión contra Congreso, varios anunciantes, incluyendo a los consorcios Procter & Gamble, Raft Inc y Kellog Company, han cancelado o disminuido drásticamente su publicidad, principalmente en el estado de Florida.

El presidente de la Federación de Publicistas en EU, Howard Bell, advirtió que, en el último de los casos, los publicistas evitarán asumir el gravamen "transifiriendolo a los consumidores en forma de precios más elevados a los productos". (Fuentes: agencias UPI, AFD y Reuter).



Sin señas de identidad

He leído en una revista para mujeres la siguiente frase extraordinaria en un anuncio de trajes de baño: "Atrevido o discreto, pero cada vez más usted misma". Dicho de otra manera: "Compre usted como todo el mundo, para ser como nadie". En esto consiste el manejo.

Jean-Paul Sartre, Realidad social y expresión política, *Ediciones Síntesis, Buenos Aires, 1976, p. 45.*

Prohiben la publicidad de bebidas alcohólicas en la TV de Francia

La publicidad de bebidas alcohólicas muy probablemente desaparecerá de la televisión en Francia. Así lo decidieron los diputados de aquel país, al aprobar una propuesta del ministro de Salud y de la Familia, Michel Barzach.

A menos de una contradecisión —improbable— de los senadores, toda publicidad de bebidas que contienen más de 9 grados de alcohol (eso incluye a las cervezas) será prohibida en los siete canales de televisión en Francia.

La publicidad de alcohol quedaría solamente autorizada para difundirse en las cadenas de radio, prensa escrita —salvo en publicaciones dirigidas especialmente a la juventud— y en las salas de cine. (Fuente: Agencia AFP).

Tabaco, nutrición y ecología

En muchos países, como Brasil, India y Zimbabwe, se destinan al cultivo de tabaco entre 0.5% y 7% de los terrenos agrícolas. Aunque estos porcentajes son pequeños, sin embargo representan vastas extensiones de tierras. Si ésta fuera dedicada al cultivo de cereales, podrían alimentar de 10 a 20 millones de personas. Pero no es sólo suelo el que se emple.

Para curar el tabaco se consume del 1 al 2% de toda la madera que se quema en Kenya y Tanzania y una tercera parte de toda la leña que se produce en Malawi. En consecuencia, la producción y cura del tabaco dañan el medio ambiente al provocar erosión de los suelos y desforestación. (Traducción: Gilda Schatan).

Gomas de borrar, ¿también para comer?

La Comisión de las Comunidades Europeas presentó una propuesta relativa a los productos no alimenticios (parecen comestibles) y que pueden incitar a determinados consumidores, particularmente a niños, a llevárselos a la boca y eventualmente ingerirlos. La propuesta es consecuencia de las numerosas solicitudes recibidas por la Comisión a propósito de las gomas de borrar en forma de golosinas que fueron puestas a la venta en diversos países europeos. (Fuente: "Información del Consumo", Instituto Nacional del Consumo, No. 27, Febrero del 87, Madrid, España).

Casa chica: renta grande

El problema de la vivienda no es nuevo. A la falta de un lugar donde vivir (pocas construcciones, exceso de demanda, etc.) se suma la voracidad de los caseros.

No es raro saber de las ilegalidades que a diario se cometen en contra de cientos de inquilinos que por necesidad y por no conocer disposiciones legales que regulan los contratos de arrendamiento, tienen que soportar a los caseros y sus abusos.

Ante esta situación, que desafortunadamente no es nueva, que por el contrario se incrementó a partir de los sismos registrados en septiembre de 1985, es bueno saber que la Ley Federal de Protección al Consumidor contempla en su artículo 57 bis que tratándose de casas habitación en el Distrito Federal, la PROFECO protege los derechos de los arrendatarios.

Evidentemente la Ley, por sí sola, no garantiza que los abusos y arbitrariedades de los caseros se acaben, empero, conocerla sí es un buen paso en la defensa de nuestros derechos.

En lo que hace a los contratos de arrendamiento, el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), le recuerda:

— Sepa que los contratos de arrendamiento tienen una vigencia mínima de un año, y que el arrendatario tiene derecho a pedir una prórroga hasta de dos años, siempre que esté al corriente en el pago de las rentas y que el plazo del contrato esté aún en vigor. Si el arrendador acepta otorgar la prórroga, ello deberá constar en escrito firmado por ambas partes. Pero si el dueño no conciente en firmar, el inquilino deberá demandar dicha prórroga ante los Juzgados del Arrendamiento Inmobiliario, o bien, acudir a la Procuraduría del Consumidor. Una vez vencido el contrato, el arrendatario ya no tendrá el derecho a la prórroga, puesto que no puede prorrogarse un contrato que no existe. Además, recuerde que el artículo 30 de la Ley señala "los pagos hechos en exceso del precio legalmente autorizado o estipulado, son rerecuperables por el arrendatario... si el arrendador no devuelve la cantidad cobrada en exceso dentro del término de los cinco días hábiles siguientes a la reclamación, se hará acreedor a la sanción administrativa correspondiente":

Conocer la Ley es en beneficio propio. Ejerzamos los derechos que nos concede.

Dos mil casos de denuncia contra inmobiliarias

Charlotte Bradley R.

En lo que va del año se han presentado en la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) alrededor de dos mil casos contra inmobiliarias por irregularidades cometidas contra compradores. De estos casos resaltan las quejas por incumplimiento de contrato y alteración de precios, así como desperfectos en el inmueble que surgieron después que tomó posesión el comprador.

Para quienes han logrado ahorrar y aspiran a adquirir una casa a través de los financiamientos que otorga el FOVI (Fondo de Operación y Financiamiento Bancario a la vivienda), les será útil recordar que el 7 de febrero de 1985 se publicó en el Diario Oficial, dentro de las reformas de la Ley Federal de Protección al Consumidor, un decreto que da origen a un Registro Nacional de Contratos de Adhesión, en donde las inmobiliarias tienen que someter a revisión los contratos de compraventa.

Para comprobar si un contrato es válido, basta con revisar si tiene la leyenda "Este contrato está aprobado por la Procuraduría Federal del Consumidor" y que además especifique el número de registro y la fecha en que se realizó éste.

A continuación señalamos a los futuros adquirientes los riesgos más comunes que han dejado a no pocos ciudadanos sin casa y sin ahorros.

Con mucha frecuencia a quien va a comprar una casa, no le explican claramente los términos en que se dan los incrementos de precios, los cuales se deben regir por los que dicta cada mes el Banco de México.

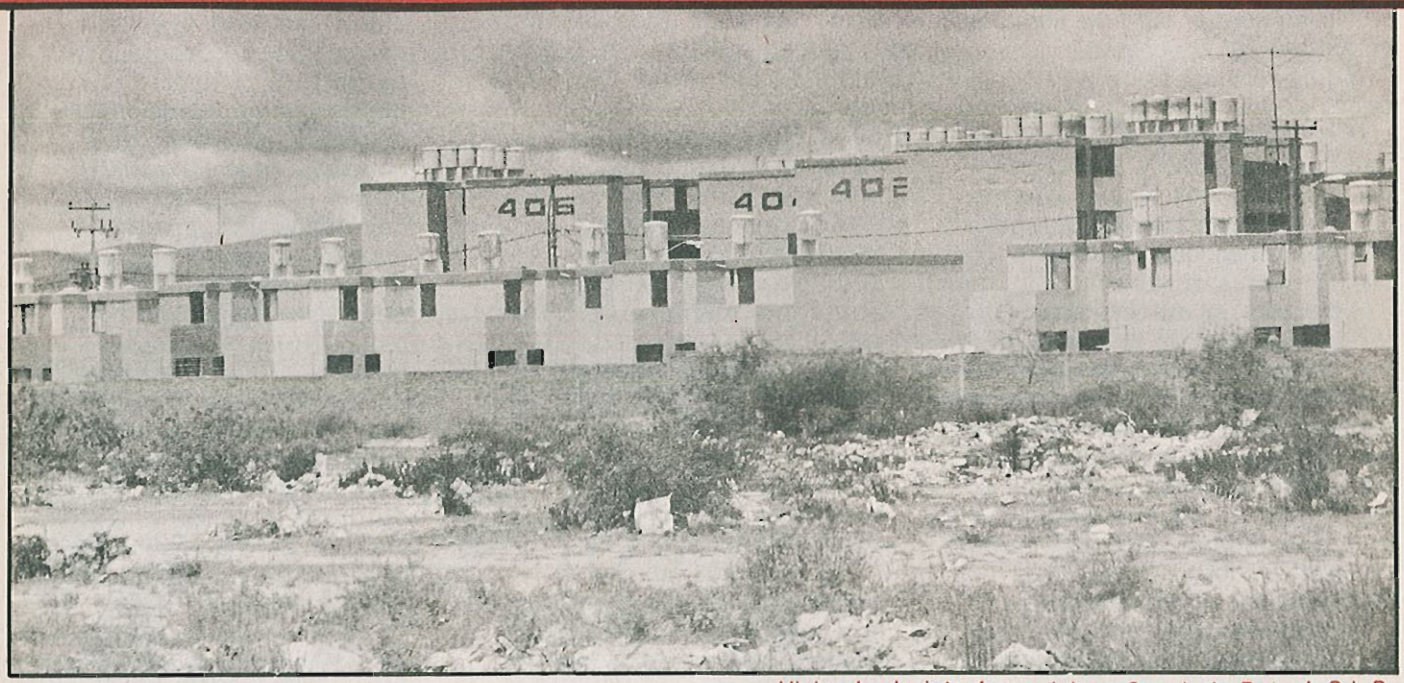
Otras veces ocurre que existen grandes ambigüedades en el señalamiento de los plazos de entrega del inmueble, ésto da pie a que algunas constructoras puedan ocasionar pérdidas económicas al consumidor que tiene que seguir erogando gastos en la vivienda que todavía no recibe.

También llega a suceder que el pago de escrituración, inexplicablemente resulta más costoso que lo previsto, por el simple hecho de que no se especificó claramente la fecha de firma de escrituras. Con un retraso deliberado de estos trámites, el adquiriente corre el riesgo de que su departamento o casa que —por poner un ejemplo— al momento de comprar valía 15 millones, de un día para otro le costará 1 millón 750 mil pesos más si en esa fecha ocurre los ajustes de precios del Banco de México. Para ello es importante que se conozca la fecha en que FOVI autoriza el crédito y la orden respectiva de escrituración.

Hay que recordar que en muchos casos los vendedores de inmuebles pretenden hacer los contratos de compra-venta *inentendibles* hasta para los especialistas.

El no especificar claramente el monto de los intereses, periodicidad de pagos, gastos adicionales y en ocasiones ni siquiera el costo total del inmueble, constituye una flagrante violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor. Siempre que tenga alguna duda consulte al INCO o a la PROFECO.

Algunos problemas de vivienda en provincia



Vivienda de interés social en San Luis Potosí, S.L.P.

No sólo en la ciudad de México se observan problemas de alta concentración demográfica, otras urbes como Monterrey, Guadalajara, Torreón, etcétera, sufren ya la escasez de vivienda.

Coahuila: plausible Anteproyecto de Ley Inquilinaria

En Torreón, Coahuila, a últimas fechas se han producido un gran número de lanzamientos y cierres de pequeños comercios como consecuencia del constante incremento en las rentas de casas habitación y locales comerciales. Ante la inexistencia de una ley que regule las relaciones entre propietarios de inmuebles e inquilinos, constantemente se ven afectados los intereses inquilinarios al incrementarse las rentas hasta en más de un 100 por ciento en periodos relativamente cortos.

En este marco, recientemente surgió un documento en el que se sustenta un anteproyecto de ley que contempla la creación de una Ley Inquilinaria en el estado.

El documento consta de 17 artículos (15 de disposiciones generales y 2 transitorios) en los cuales es posible observar una preocupación por proteger al arrendatario, sin que esto signifique un detrimento en los intereses normales del propietario.

Asimismo se declara de interés público el arrendamiento de casas y departamentos destinados para habitación, así como los que serán utilizados en la pequeña industria o el comercio local, exceptuando a los que comercien o elaboren bebidas alcohólicas.

Además se establece que el monto de la renta a pagar se calcula mediante un porcentaje fijo en función del valor del inmueble. Este será efectuado mediante avalúo realizado por una sociedad nacional de crédito.

Referente a los juicios de desocupación, el anteproyecto estipula que no se podrán llevar a cabo y por ende no procederá ningún intento de desocupación en los siguientes supuestos: en el caso que el inquilino se encuentre gravemente enfermo o cuando éste haya sido despedido injustamente de su trabajo. En ambos casos es menester demostrarlo fehacientemente al través de los documentos correspondientes.

En breve este documento será distribuido entre las autoridades competentes con el fin de acelerar su aprobación en beneficio de los arrendatarios.

Tlaxcala: déficit de 14 mil viviendas

Tlaxcala es uno de los estados que presenta un déficit considerable de vivienda (según información proporcionada por el Banco de México) que asciende de a 14 mil moradas en todo el territorio tlaxcalteca. Se estima que además, la precariedad en que se encuentran muchas de las casas habitación e inmuebles destinados para este fin representan un constante peligro para sus moradores.

De acuerdo con un estudio realizado por la Secretaría de Educación Pública, el 80 por ciento de la población de este estado tiene problemas causados por el hacinamiento. Según la información, el número promedio de personas que habita por cuarto es de seis, mientras que sólo un 20 por ciento habita en número de tres por habitación.

Cinco salidas viables para Nuevo León

En Monterrey diversos organismos han emprendido programas que presentan alternativas y probables soluciones; entre los organismos que han iniciado esta ardua tarea están: Instituto del Fondo Nacional de Vivienda (INFONAVIT), Fomento Metropolitano de Monterrey (FOMERREY), Promotor de la Vivienda en Nuevo León (PROVILEON), TIERRA PROPIA Y COOPERATIVA DE VIVIENDA. Veamos como algunos de estos organismos coadyuvan en la búsqueda de mejores niveles de vida de la población neolonesa.

Fomento Metropolitano de Monterrey (FOMERREY)

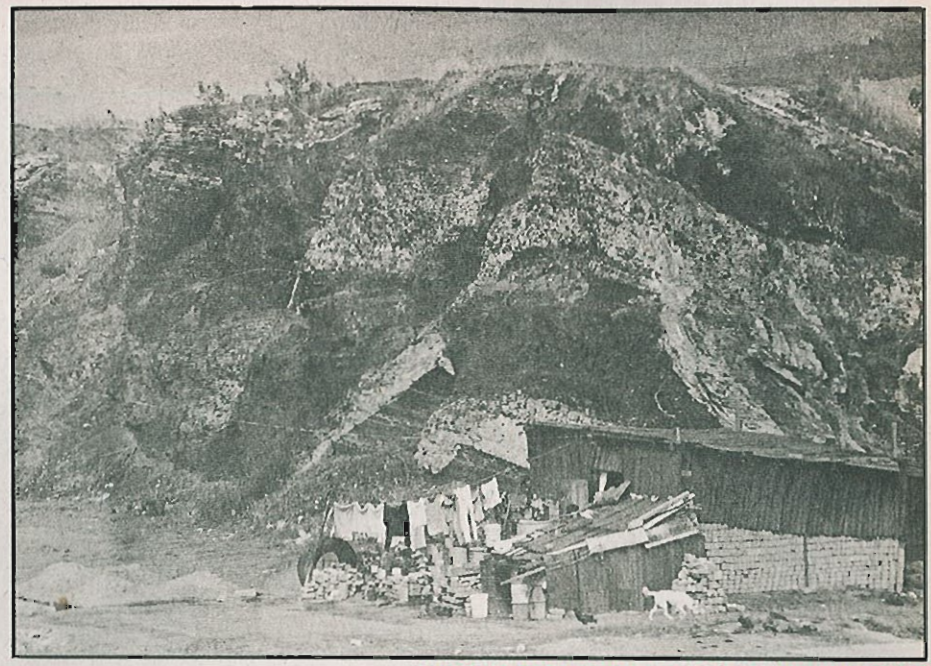
Este fideicomiso tiene como principal objetivo atender el problema que representa la precariedad de vivienda en el área metropolitana de la ciudad. La manera de llevarlo a cabo consiste en canalizar los requerimientos de terreno, sobre la base de los siguientes requisitos:

a) Acta de matrimonio (copia fotostática).
b) Acta de nacimiento de uno de sus hijos (copia fotostática).
c) Constancia de residencia mínima por 5 años en el área metropolitana (este requisito no se les pide a los nacidos en el estado de Nuevo León).

Los originarios de otros estados pueden presentar como constancia alguno de los siguientes documentos:

* Acta de matrimonio realizada en Nuevo León hace 5 años o más.
* Acta de nacimiento de un hijo registrado en Nuevo León hace 5 años o más.
* Calificaciones de un hijo, expedidas por alguna escuela del estado de Nuevo León.

El domicilio de FOMERREY: es Gonzalitos No. 292 Nte. Col. Urdiales.



¿Hasta donde hay que ir por una vivienda?

Programa Tierra Propia. El objetivo de éste es lograr una conciliación entre propietarios de terrenos e inquilinos, y busca la posibilidad de efectuar una acción de compraventa, mediante la cual la gente de escasos recursos económicos obtenga en propiedad un lugar para vivir.

El único requisito para inscribirse en este programa es un estudio socio-económico.

La dirección de Tierra Propia es Zaragoza No. 217 Nte.

Promotor de la Vivienda en Nuevo León (PROVILEON). El objetivo del programa "Casa y Terreno", contemplado dentro del proyecto financiero de vivienda es dotar al mayor número posible de familias con ingresos estables, de una vivienda propia en condiciones de crédito preferenciales.

Para ser beneficiario de este programa se requiere:

a) Ser mayor de 18 años y menor de 50.
b) Ser casado, o el único sostén de familiares directos.
c) Tener un ingreso básico y seguro (éste cambia de acuerdo con las disposiciones emitidas por el Banco de México).
d) No tener otra propiedad inmueble.

La dirección de PROVILEON es: Padre Mier No. 1243 Pte. Centro.

Cooperativa Para la Autoconstrucción de Vivienda. Otra alternativa para enfrentar el problema de la falta de vivienda es la creación de sociedades formadas por un grupo de personas organizadas para trabajar en conjunto en la consecusión de vivienda.

Se requiere cuando menos de 10 socios y no hay límite máximo, sin embargo, se recomienda que las cooperativas no tengan más de 100 socios ni menos de 50 para su mejor funcionamiento.

Las sociedades cooperativas son reconocidas por la Ley y tienen acceso a financiamiento, es decir, son sujetos de crédito.

Para mayor información sobre esta forma de organización se puede recurrir a la delegación del INCO en esta ciudad, ubicada en Padre Mier No. 1248 Pte. o bien llamar a los teléfonos 43-74-48 y 43-74-82.

José Antonio Ramos Castro, **Coordinación de Delegaciones.**

Un hogar seguro para el consumidor

Edgardo García Carrillo

... Cerca del cielo.

¡Bienvenido! Pase a ver los hermosos departamentos en renta, con acabados de lujo y todos los servicios, hermosa vista panorámica, garage y dos baños! Por sólo... ¡Qué tiempos aquellos en que había una gran oferta de inmuebles en renta! Ahora, la mayoría de los inmuebles están en venta y a unos precios inalcanzables.

De cualquier forma, si usted llega a encontrar uno de esos escasos departamentos en renta o si está alquilando el que actualmente habita, es necesario que conozca los derechos que tenemos los consumidores como inquilinos.

Para conocer esos derechos y recibir asesoría legal sobre el contrato de arrendamiento, es conveniente que se le registre ante la Procuraduría Federal del Consumidor, de esta manera se asegura la legalidad del contrato y se evitan molestias posteriores.

Usted debe saber que la Ley (a través del Código Civil para el Distrito Federal y el respectivo a cada entidad de la República) establece el marco jurídico para el arrendamiento de bienes inmuebles destinados a la vivienda. Con esto, se confirma como rango constitucional el derecho a una vivienda digna y decorosa.

El 7 de febrero de 1985 se dió un paso de vital importancia en la reglamentación del arrendamiento de inmuebles, al ser publicado en el Diario Oficial el decreto de reformas y adiciones a diversas disposiciones de orden nacional relacionadas con inmuebles en arrendamiento de fincas urbanas destinadas a la habitación.

Con este decreto se autoriza a la Procuraduría Federal del Consumidor a proteger los derechos de los arrendatarios (inquilinos), al atribuírsele facultades de representación, vigilancia y tutela de

¡Cuidado! no crea todo lo que le ofrezcan

Tos inquilinos. Así, cuando usted necesite asesoría legal en materia de arrendamiento, puede acudir al Instituto Nacional del Consumidor, y si desea presentar una queja o inconformidad, preséntela ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

De cualquier forma, antes de firmar un contrato de arrendamiento debe vigilar que éste contenga:

1. Nombre del arrendador (propietario) y arrendatario (inquilino).
2. La ubicación del inmueble.
3. Descripción detallada del inmueble y de "las instalaciones y accesorios con que cuenta para el uso y goce del mismo, así como el estado que guardan".
4. El monto de la renta en moneda nacional.
5. En su caso, la garantía (fiador o depósito).
6. La mención expresa del destino habitacional del inmueble arrendado.
7. El término de duración del contrato.
8. Las obligaciones que arrendador y arrendatario contraigan adicionalmente a las establecidas en la Ley..
9. La transcripción del artículo 2448 del Código Civil para el D.F. en todos sus incisos.

Estos puntos deben estar cuidadosamente detallados y usted debe quedarse con una copia del contrato de arrendamiento, ¡No firme sin revisar antes el contrato!

Asimismo, el arrendador o propietario no puede rechazar a su fiador en ningún momento, siempre y cuando éste reuna los requisitos exigidos por la Ley. Por lo mismo, usted debe buscar un fiador idóneo.

Una de las obligaciones del arrendador es transmitir el uso y goce del inmueble con los servicios necesarios e indispensables, por lo que debe conservar en buen estado la vivienda, haciendo para ello todas las reparaciones necesarias. Además, se deben asegurar las condiciones sanitarias del inmueble en arrendamiento.

Otra de las obligaciones del arrendador es que éste debe responder por los daños en el inmueble que causen perjuicios al inqui-

lino y que afecten su estancia en el mismo. Esto de ninguna manera debe influir en el monto de la renta.

Pero no todas las obligaciones están de parte del propietario, también el inquilino tiene determinados deberes señalados por la misma Ley. De éstos, los principales son: la obligación del arrendatario de pagar la renta del inmueble en moneda nacional y en la fecha establecida en el contrato de arrendamiento. Además, debe conservar la vivienda en las condiciones en que le fue entregada para devolverla tal y como lo especifica el contrato. De esta manera, el inquilino debe pagar y responder por los daños causados al inmueble imputables a él.

Como podemos ver, tanto inquilino como propietario están obligados a conservar en buen estado el inmueble y cumplir con las estipulaciones que establece el contrato de arrendamiento, de aquí la importancia de efectuar una concienzuda lectura del mismo.

Por otro lado, si usted desea continuar alquilando el inmueble, puede solicitar una prórroga del contrato de arrendamiento hasta por dos años más, siempre y cuando se solicite antes del vencimiento y se haya cumplido puntualmente con el pago de la renta. Así, es de vital importancia que usted pague la renta en la fecha convenida en el contrato de arrendamiento.

No cabe duda de que el monto de la renta es uno de los puntos más conflictivos en materia de arrendamiento. No existe, por desgracia, un parámetro legal que fije un límite a la cantidad de la renta en la apertura de contrato de acuerdo con la zona, el número de habitaciones, servicios, etc. Sin embargo, se da un gran paso al establecerse en el artículo 2448-D del Código Civil para el D.F. que:

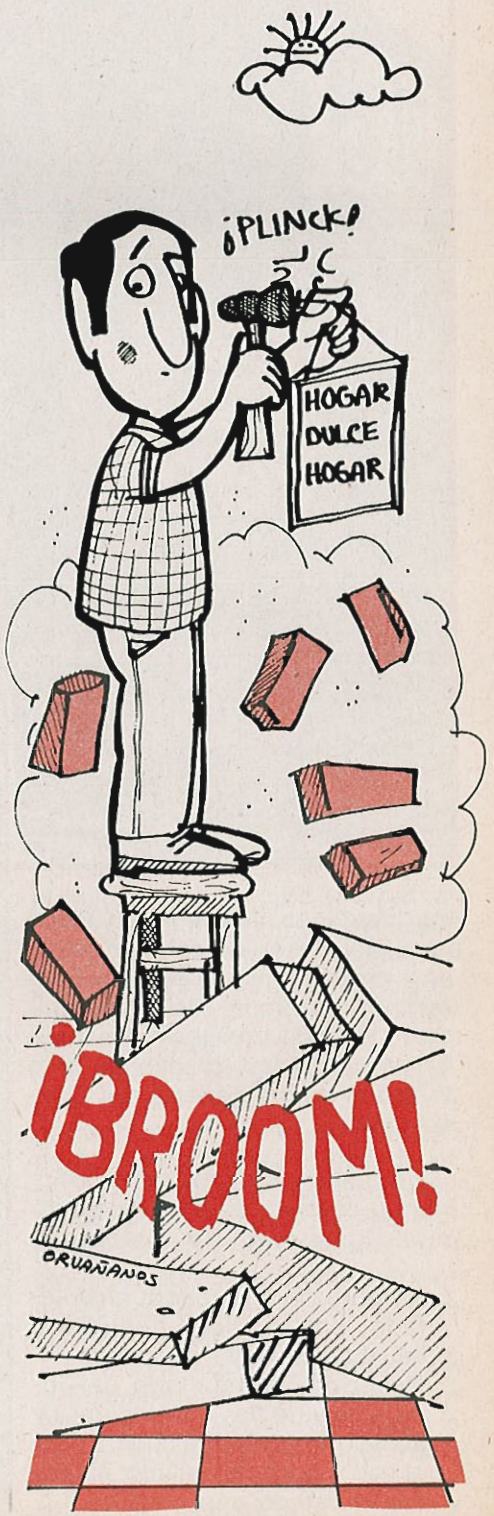
"la renta sólo podrá ser incrementada anualmente; en su caso, el aumento no podrá exceder del 85 por ciento del incremento porcentual, fijado al salario mínimo general del Distrito Federal, en el año en el que el contrato se renueve o se prorrogue".

En todo caso, usted, como consumidor de un bien o servicio, puede seguir las siguientes recomendaciones al establecer un contrato de arrendamiento:

— Revise cuidadosamente las condiciones del inmueble, tales como goteras, humedad, ventanas y puertas, estructuras y planos, etcétera.
— Compare las condiciones del inmueble con lo detallado en el contrato.
— Pague puntualmente la renta.
— Asegúrese de que el inmueble esté en buenas condiciones sanitarias.
— Repare los datos menores, causados por el uso normal de usted y su familia.

Con esto, usted asegura su permanencia en el inmueble de manera agradable y segura. Además, comprobará que no es necesario cambiar continuamente de casa. Así, nuestro hogar puede ser el más hermoso y confortable si defendemos nuestros derechos como consumidores.

NOTA: Si desea mayor información al respecto, comuníquese al teléfono 568-87-22, del INCO en el D.F., o a cualquiera de los teléfonos de las delegaciones del Instituto en el interior de la República.



El caso del que quiso casa

Charlotte Bradley

El Dr. Miguel Casanova, con minucioso orden y manejo estadístico —en lo que confiesa ser un fanático— nos revela sus andanzas y cuantifica en números lo que para él representan *sus problemas* para lograr el anhelo de muchos: tener una vivienda.

"Para hacernos de un modesto departamento tuvimos que juntar(mi esposa y yo) nuestros dos salarios (de jefes de departamento) apretarnos el cinturón durante 2 años, además de tener que pedir prestado a la familia porque de la noche a la mañana surgen nuevos cobros que a mi juicio son un verdadero robo".

Prosigue: "Después de buscar durante años una vivienda adecuada a nuestras necesidades y accesible a nuestros ingresos, encontramos esta unidad habitacional de 252 departamentos que, aunque pequeños, con algunas modificaciones pueden ajustarse un poco a nuestras aspiraciones. Corroboramos la posibilidad de obtener el crédito a través del Banco de México, hicimos el contrato en abril del año pasado con lo cual comenzamos a pagar en 7 mensualidades el enganche que junto con los gastos de escrituración y acabados, sumaban más de 5 millones de pesos. Se nos especificó que al liquidar esta suma se elaborarían las escrituras (esto fue en noviembre) y que a más tardar para Navidad estaríamos estrenando nuestro departamento. Pero inexplicablemente no se nos escrituró en la fecha convenida. Al tratar de conocer la razón, se me señaló que el Banco de México estaba demorando el crédito, pero yo me había informado previamente en el FOVI y me revelaron que el crédito estaba autorizado desde octubre. Llega el mes de diciembre y entran en vigor los nuevos precios de vivienda, es decir, los 10 millones en que estaba concertado el precio de nuestra vivienda se convierte automáticamente en 11 millones 200 mil pesos, un millón doscientos mil pesos de deuda más, y el refinanciamiento de intereses que teníamos, con valor de 17 millones 550 mil pesos nos suben, así, a 19 millones 350 mil pesos, y eso que tuve la suerte de entrar en el plan donde me tocó el 60% de interés con refinanciamiento del 200%.

Esto quiere decir que dentro de cinco años aproximadamente yo ya deberé 30 millones de pesos que son 10 millones de hipoteca más al refinanciamiento, que significa que con dos salarios mínimos no lograré pagar siquiera los intereses. Al haber adquirido una vivienda tipo 4, para la que se requiere tener 5 salarios mínimos de ingresos, yo sacrifico actualmente más del 50% del gasto familiar en el pago de mi departamento, pago que aumentará junto con el salario mínimo durante 20 años, por lo que con nuestros ingresos globales siempre estamos a la zaga de lo que pagaremos, lo que me parece un verdadero sacrificio y un costo muy alto por tener una vivienda propia.

El Dr. Casanova, quien maneja la computación aplicada a la investigación clínica del departamento de bioestadística e investigación bio-matemática del Instituto de Cardiología, no se esforzó mucho en hacer cuentas y descubrir —lo que para muchos resultaría bastante complicado— todos los problemas de obtener crédito en esta economía inflacionaria, y hasta encontrar lo que a su parecer representa un cobro indebido. El esfuerzo ha sido pugnar porque se le haga justicia, nos relata lo siguiente:

"Tanto al FOVI como al Multibanco Mercantil de México les solicité el comprobante de la fecha de autorización de nuestro crédito, junto con el oficio girado a la notaría para dar instrucciones de escriturar.

Con este documento pensábamos ir 23 nuevos propietarios a la Procuraduría del Consumidor para proceder legalmente contra el cobro indebido del millón doscientos mil pesos por cada dueño, sin embargo, no se nos apoyó en entregar dicha documentación. Yo estaba al frente de este grupo pero se me "sugirió" que si me quería evitar más problemas no insistiera, y dejar así que entre la Compañía Constructora y la Promotora Aranda, S.A. y Asbun, S.A., respectivamente, junto con el Banco Mercantil, se esfumaran un total de alrededor de 300 millones de pesos extras por tan solo haber hecho la maniobra de diferirles a 252 familias el valor de su vivienda a un mes después sin que se pueda uno defender de este atraco".

"Aunado a esto, —señala el doctor—, los departamentos no se nos terminaron en los tiempos estipulados, con lo cual se llegó a un descontento generalizado de los adquirientes. Ahí descubrieron que el contrato no estipulaba la fecha de entrega, con lo que hubo una indignación de los adquirientes que sintieron que al venderles les hicieron caer en una verdadera trampa. Ante este descontento se organizaron algunos de los que estaban en el primer plan, ya que las ventas y entregas se hicieron en forma escalonada y no fue posible juntar a todos, aclara el doctor "A partir de la organización de 23 adquirientes, pudimos ir solucionando nuestros problemas. Simplemente nos unimos al tener cosas en común en ese momento y sabemos que unidos logramos más".

Yo jamón,

Marta Sandra

Soy un sujeto de piel rosada, de carácter frío; pero mi aspecto es bonachón. Me ufano de estar presente con grandes personalidades, acompañándolos en fiestas, paseos o en comidas. Soy compañero de aquellas personas que gustan de preparar comidas "rápidas". Mi nombre es: Jamón.

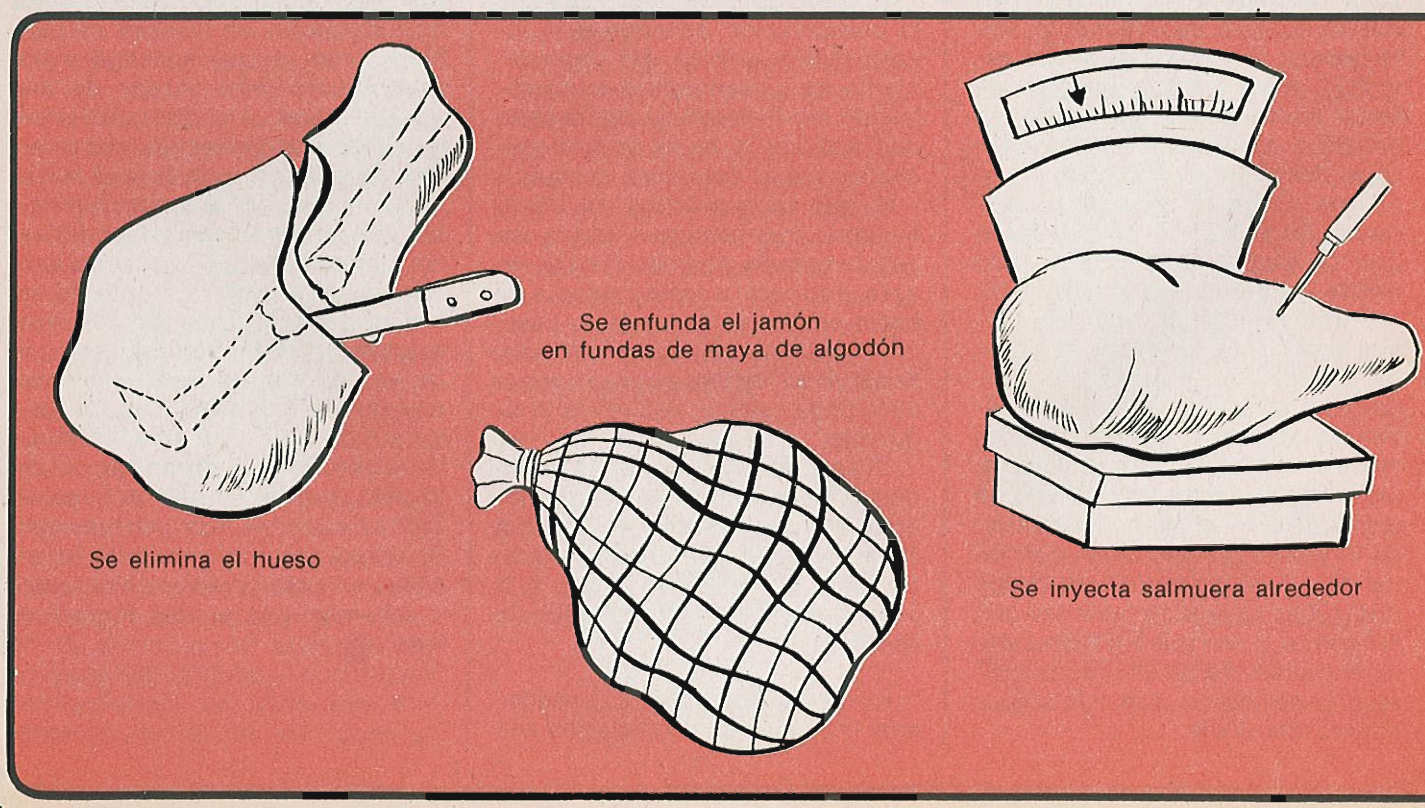
Sin embargo, todos estos aspectos que podrían hacerme feliz, me entristecen y avergüenzan porque estoy consciente de que no no soy lo que parezco ya que he defraudado a los consumidores que confían en mí... Ahora verán porqué...

Soy el producto de todo un proceso industrial; aunque mi origen se remonta a la selección de la materia prima, es decir, la carne, que se supone debería de ser de primer calidad, pero que en la mayoría de los casos no lo es, así lo han demostrado algunos estudios que me han hecho.

El proceso de mi elaboración se inicia con la limpieza de la carne, debe quedar sin grasa ni pellejo. Aquí me gustaría hacer una aclaración: yo, el verdadero jamón estoy hecho de pierna entera de cerdo, precisamente de las piernas traseras del animal, carne limpia y deshuesada; y si se utiliza otro tipo (como usualmente suele ocurrir), entonces pierdo mi identidad y, según las normas de calidad, ya no soy jamón, sino que se me conoce como "fiambre".

Como les decía, una vez que me han limpiado me "curan". No, no quiere decir que esté enfermo, sino que me inyectan un líquido que le llaman salmuera y no es otra cosa que sal, nitritos de sodio, nitratos, y fosfatos que varían en concentración, según la fórmula de cada producto. Hay quienes prefieren trocearme (cortarme en pedacitos) antes de ponerme la salmuera, pues con esto, la absorción de agua es mayor.

De ahí paso al maquillista, perdón, quiero decir a una máquina "masajeadora". Es parecida a una lavadora, pero con una temperatura de tres grados centígrados. El "masajeo" dura aproximadamente 12 horas, y hay algunas máquinas que son tan complicadas que se programan para moverme a un lado, pararse y repetir el movimiento al lado contrario. El "masajeo" se hace para extraer las proteínas solubles de la carne al tiempo que penetran en esta una gran cantidad de agua con las sales de curación y otros aditivos que se me agregan en ese momento, estos aditivos son los colorantes, el glutamato monosódico (mejor conoci-



confieso...

García Macías

do como consomé de pollo) especias para darme sabor, y en algunas ocasiones soya, ya sea como proteína aislada o texturizada, es decir, todas las sustancias que me dan el sabor y el colcr característico. Con ello se obtiene una masa homogénea de la cual, en ocasiones, el 70% está constituída por agua.

Luego de la curación, el siguiente proceso es el "embutido", que consiste en colocarme como una masa dentro de bolsas de plástico y cuando se requiere, en moldes, para así poder pasar al cocimiento.

Durante el cocimiento, ya dentro de los moldes como carne curada me sumergen en agua caliente (70-80 grados centígrados) y ahí me dejan durante una hora por cada kilogramo de mi peso. Cuando no se usa molde me cuelgan en bolsas y me exponen al vapor, para que alcance el cocimiento.

Esta es en mi modalidad de "jamón cocido".

De esta manera me mandan a los mercados, donde el consumidor me adquiere a precios muy por encima de mi verdadero valor, y esto lo digo no con sorna porque, como ya lo mencioné, el 70 por ciento de mi constitución es agua, mientras que el kilo de carne fresca es mucho más barata, más rendidora y sobre todo, se puede preparar en diversos platillos.

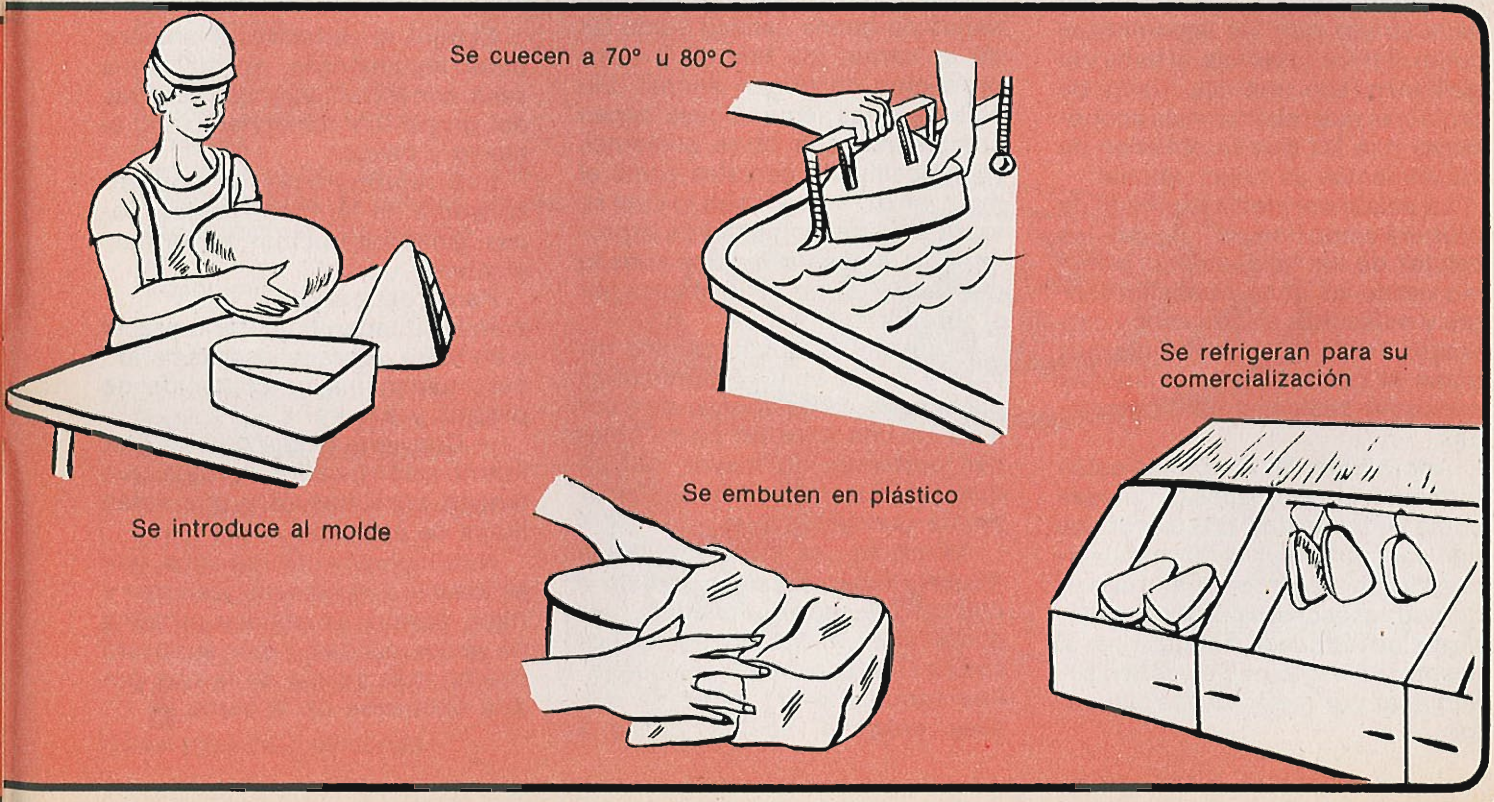
Como "Jamón Crudo"; también conocido como "serrano" y "auténtico de pierna de cerdo", el procedimiento varía:

La "cura" puede ser igual a la del "jamón cocido", pero también puede ser en seco, es decir, donde todas las sales y aditivos son en polvo y se untan a la carne.

Sin embargo, una vez "curada", la carne se envuelve en una tela, con el fin de protegerla de los insectos, luego se mete en una cámara de ahumado y me dejan reposar en un cuarto fresco (con una temperatura aproximada de 12 grados centígrados) durante seis u ocho meses para que yo adquiera mi sabor.

Ahora que sabe lo que soy, a usted le toca la decisión... ¿no cree?...

FUENTE: *Héctor Martínez y Arturo Rodríguez Arana Ingenieros en alimentos, del Departamento de Bioquímica del INCO.*



La cocina tradicional

(Combinación de leguminosas)

Marta Sandra García Macías.

Numerosas investigaciones han demostrado que las leguminosas como el frijol, la lenteja, el haba y el garbanzo, son una rica fuente de proteínas que resultan más económicas que las que se obtienen de los alimentos de origen animal.

La palabra proteína significa "de primera importancia". Todas las células de los tejidos del organismo desde las uñas y cabello, sangre y músculos, piel, huesos y cartílagos, hasta los órganos internos como el cerebro, y los pulmones consisten básicamente de proteínas.

Ahora bien, las proteínas están formadas por unidades conocidas como aminoácidos. Los científicos han encontrado unos 20 aminoácidos, de los cuales, ocho son considerados esenciales porque el organismo no los puede sintetizar por sí mismo, de modo que se deben suministrar por medio de los alimentos.

Las leguminoss contienen proteínas de buena calidad como las de la carne, los huevos y otros productos de origen animal. Sin embargo, las leguminosas deben combinarse con otros alimentos (principalmente cereales como el maíz, arroz, y trigo) con lo cual se logra mejorar la calidad de la proteína de ambos alimentos pues lo que le falte a uno se compensa por el otro.

Por ejemplo; si usted come frijoles y tortilla en las proporciones adecuadas. El típico taco de frijoles sería una solución, podrá obtener proteínas de mayor calidad que las que obtendría si únicamente comiera frijoles.

Asimismo, las proteínas de los frijoles, haba, garbanzo, lenteja o chícharo (secos) pueden ser aumentadas hasta en un 50 por ciento si se consumen con pequeñas cantidades de carne de res, aves, pescado, huevos, queso o crema.

El frijol, el garbanzo, la lenteja y otras leguminosas, en su forma seca, conservan algunas vitaminas del grupo B y minerales como el hierro y calcio.

Las leguminosas se pueden consumir en forma de caldos, sopas, guisados, cocidos, en tortitas, etcétera.

Para comprarlos.

— Se pueden comprar a granel o en bolsa. A granel es más barato pero tienen mayor contenido de piedras y basura.

— Conviene cuidar que los granos no estén picados, ni rotos, que tengan poca basura y que estén libres de insectos.

Nutricionalmente, se dice que es ideal la combinación de arroz y frijol, porque se obtiene proteína de mejor calidad y por supuesto mucho más barata de la que podría obtenerse de la carne.

¿Sabía usted qué:

— Si guarda las leguminosas secas en frascos cerrados o en sitios frescos, se conservan de 6 a 9 meses?
— Si utiliza agua caliente para el remojo de las leguminosas se puede perder hasta un 25 por ciento de la (vitamina B) que contiene?
— Añadiendo bicarbonato de sodio al agua de cocción se acelera el reblandecimiento y la cocción de los granos sin que pierdan su sabor original?
— Si durante la cocción agrega sal a los frijoles, antes de que se suavicen, tenderán a endurecerse?
— Las leguminosas, como la lenteja deben remojarse durante ocho horas antes de su cocción para mejorar su textura, ahorrar combusible y mejorar su absorción a nivel intestinal, ya que cuando se remojan se tiene menor cantidad de efectos secundarios como inflamación intestinal?

Fuente: Depto. de Nutrición, y CEDIC.

— *Cuaderno de nutición. Vol. 6; No. 7 enero, febrero, marzo.*

Los frijoles.

— *Guia del consumidor; No. 118.* ***Los frijoles; desde 16.50 hasta $100.00 kilo.***
— *Instituto Nacional del Consumidor:* ***Estudio comparativo del frijol.***
— *Instituto Nacional del Consumidor. ¿Qué hay de nuevo? No. 5 Información sobre el frijol.*

Fichas informativas, del Depto. de Nutrición: Las leguminosas: frijol, haba, garbanzo, lenteja, chicharo.

Croquetas de lentejas

Ingredientes:

Medio kilo de lenteja
3 cucharadas de perejil
2 huevos
Una cucharadita de ajo picado
4 cucharaditas de cebolla picada
Media taza de pan molido

Procedimiento:

1. Remojar las lentejas durante 8 horas en agua fría.
2. En un recipiente con medio litro de agua, se cuecen las lentejas hasta que queden secas.
3. Se muelen y se les agregan todos los ingredientes, incluyendo los huevos (previamente batidos).
4. Se toman porciones con una cuchara, se empanizan y se fríen en aceite bien caliente.

Rinde para seis personas.

Chicharrón con garbanzo:

100 gramos de chicharrón
2 tazas de garbanzo
12 tomates verdes (se conocen con el nombre de tomatillo en algunos estados del norte del país).
2 dientes de ajo
Un trozo de cebolla
3 cominos
Chile serrano al gusto
Aceite para freir
Sal,
Cilantro

Preparación:

1. Se remojan los garbanzos durante toda la noche. Se cuecen en agua con un trozo de cebolla, hasta que estén tiernos.
2. Se hierven los tomates y los chiles, se licúan con el ajo, el cilantro y los cominos. En una cacerola se fríen hasta que sazone la salsa.
3. Se agregan los garbanzos con su caldo y el chicharrón partido en trozos. Se añade sal y se cuecen durante unos minutos.

(rinde para seis peronas).

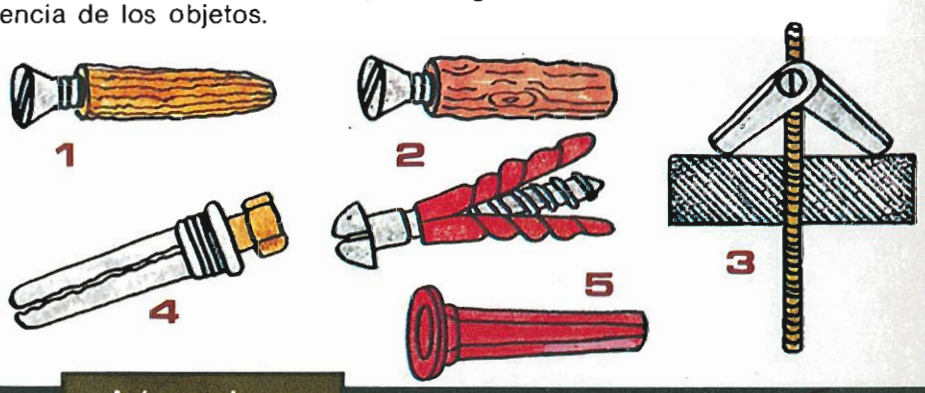
La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Tiene como objetivo ofrecer a sus lectores información y recomendaciones acerca de toda clase de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar y la búsqueda de alternativas de consumo y mejores hábitos para el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.
El contenido de los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Unidad de Impresos y Suscripciones, Insurgentes Sur 1228-5º piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Prisma Mexicana, S.A. Norte 75 No. 2537. Col. Salvador Xochimanca. México, 16 D.F. Tels.: 527-94-40 al 44 399-36-44, Tipografía: TIPART —Tipografía y Formación— México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidores Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial, Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos del Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176. Características 218621408.

COMO COLOCAR TAQUETES

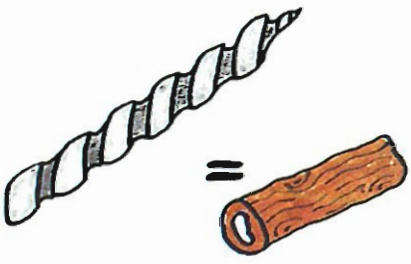
Cuando desee colocar en la pared cuadros, percheros, macetas, repisas, lámparas, anaqueles, etc., utilice taquetes, es la forma más adecuada para asegurar la permanencia de los objetos.

VARIEDAD DE TAQUETES

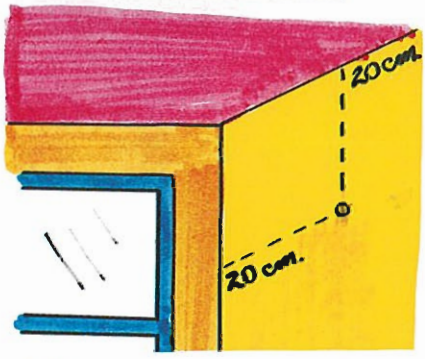
1 — DE FIBRA
2 — DE MADERA
3 — EXPANSORES METALICOS
4 — MARIPOSA DE PLOMO
5 — DE PLASTICO



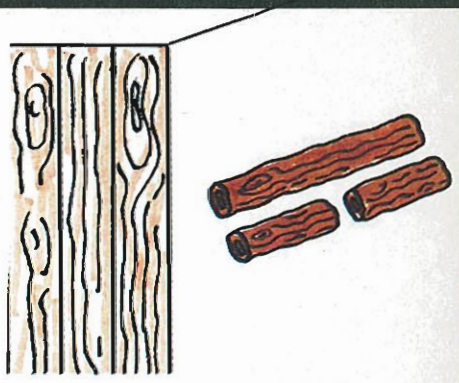
Así se colocan



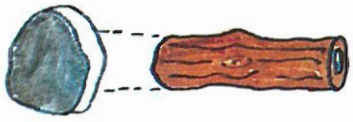
● La broca y el taquete deben ser del mismo diámetro. Esto permitirá una correcta colocación en la pared.

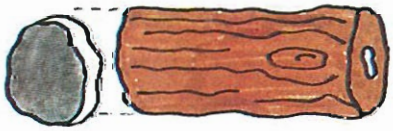


● Se recomienda que los taquetes se coloquen a una distancia de más de 20 cm. de las esquinas de las paredes para que queden bien incrustados.



● Las paredes tapizadas con madera u otro material aislante no aseguran una buena fijación, por lo que es conveniente usar un taquete largo o dos taquetes cortos y un tornillo lo suficientemente extenso para que se aloje a todo lo largo del (o los) taquete (s).





● Cuando por un error haya hecho una perforación más ancha que la conveniente, coloque un taquete de calibre igual al agujero producido y luego perfórelo con una broca del diámetro del taquete de calibre más pequeño.

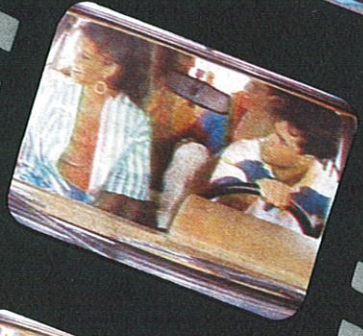
Al taladrar el techo o pared

● Para evitar que los residuos de material de obra se dispersen o caigan a la cabeza, se inserta un receptáculo (una tapita de madera, la base de una botella de plástico cortado) para recoger el material desprendido durante el taladrado.

● Las fijaciones que tengan que efectuarse en soportes huecos, falsos techos, ladrillos huecos, tabla roca, etc., se harán mejor si se utilizan tornillos con palomillas replegables.

● Recuerde que cuando más duro sea el material de soporte más pequeño será el taquete.

EN TELA DE JUICIO



La fantasía, el deseo y la realidad

Si a usted le preguntaran: ¿qué es aquello que hace que un automóvil sea bueno? ¿qué respondería? Tal vez llegaría a contestar que la economía, la comodidad, la seguridad; o en todo caso la velocidad o potencia.

Pero, ¿qué pensaría si le dicen que un auto es "viril", "audaz" y "libre"? Con este tipo de motivadores se nos quiere convencer de las ventajas de un automóvil.

Se dice que el automóvil es el símbolo del hombre de nuestro tiempo e incluso se le relaciona con la masculinidad, pero siempre en el ámbito de los símbolos.

Un símbolo representa a un objeto, o a un concepto, pero no es ni el objeto ni el concepto.

En esta ocasión la "fantasía publicitaria" llega hasta la exageración. No solamente se cosifica al ser humano, sino que los objetos son tratados como si tuvieran características humanas. Además, gracias a las modernas técnicas de producción, podemos ver en imágenes cómo funcionaría este automóvil para obtener chicas al instante, quitándoselas, como cualquier mercancía, al incauto que no adquirió su "jach bac".

¿Hasta cuando nos dejarán de decir que la virilidad o masculinidad se miden por el carro que se tenga? ¿O que las mujeres son objetos coleccionables?

La relación entre el hombre y la máquina ha sido siempre el núcleo de la tecnología. Afortunadamente, por más que nos digan, ninguna máquina sustituirá lo que de humano aún nos queda. O usted ¿que opina?

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

EL BRINCO

Suplemento de la Revista del Consumidor Coordinación: Marie Puga Julio de 1987 66

Un paseo diferente

Cómo habrás oído decir a tus papás, "cada día resulta más difícil planear las vacaciones de la familia" porque todos los hoteles han elevado sus precios. Pero no necesariamente hay que hospedarse en un hotel, ya que también puedes acampar. Un campamento es una ventana por la cual podemos asomarnos a la naturaleza y estar en contacto con ella, convivir con otros campistas quienes colaborarán en las diferentes labores para adaptarse mejor al bosque, a la playa, montaña o valle que hayan escogido; ellos ayudarán a levantar las tiendas de campaña, recogerán leña, acarrearán agua, etcétera. El Brinco te proporciona varias alternativas para que las consultes con tus papás y amigos.

Ilustración: Mónica Miranda

Lugares para ir de fin de semana

Pilar Pérez Sáinz

El grupo de quinto año de la escuela Manuel Bartolomé Cosío, organizó un campamento; consideraron que es buena la experiencia de vivir al aire libre, conocer y respetar a la naturaleza y aprender a trabajar en equipo para hacer las labores más fáciles. Aquí, aprenden a armar la tienda en que dormirán esa noche en un lugar del monte.

ESTADO DE HIDALGO

Parque Nacional "El Chico".- En autobús Central del Norte a 1 hora 20 minutos del D.F. Se pueden practicar actividades recreativas, días de campo, campismo y montañismo.

Mayores informes y precios al Tel.: **LADA. 91 771 3-05-10**
91 771 3-14-02

ESTADO DE MEXICO

Ixtapan del Oro.- En autobús Central Poniente a 2 horas 10 minutos de la Ciudad de México.

Balneario con tres albercas, y posadas familiares.

Campamento Cruz Colorada.- En autobús Central Poniente a 2 horas del D.F. Cuenta con asaderos, mesabancos, canchas deportivas, juegos infantiles y una laguna donde se puede remar.

Campamento Chapa de Mota.- En autobús Central del Norte o Poniente a 1 hora 10 minutos del D.F. Cuenta con asaderos, mesabancos, juegos infantiles, áreas para fogatas. Vigilancia las 24 horas.

Campamento Villa de Allende.- En autobús Central Poniente a 1 hora 45 minutos del D.F. Cuenta con asaderos, mesabancos, juegos infantiles, canchas deportivas; por allí pasa un río. Vigilancia las 24 horas.

Mayores informes y precios de estos lugares al Tel.:
LADA: 91 7715-01-31
91 771 4-03-04

ESTADO DE MORELOS

Jojutla a 1 hora 45 minutos de la Ciudad de México en autobús Central del Sur. Balneario Los Cocos Bugambilia. Cuenta con 2 albercas, chapoteadero, vestidores, restaurante y estacionamiento.

Oaxtepec a 1 hora 15 minutos en autobús Central del Sur. Balneario El Bosque. Cuenta con tres albercas, chapoteadero, vestidores y manantiales.

San Gabriel de las Palmas a 1 hora 35 minutos en autobús Central del Sur. Balneario San Juan cuenta con 2 albercas, 2 chapoteaderos, vestidores y restaurante.

Tlaltizapán a 1 hora 50 minutos del D.F., en autobús Central del Sur. Balneario Las Estacas. Cuenta con 2 albercas, chapoteadero, manantiales, vestidores y áreas verdes.

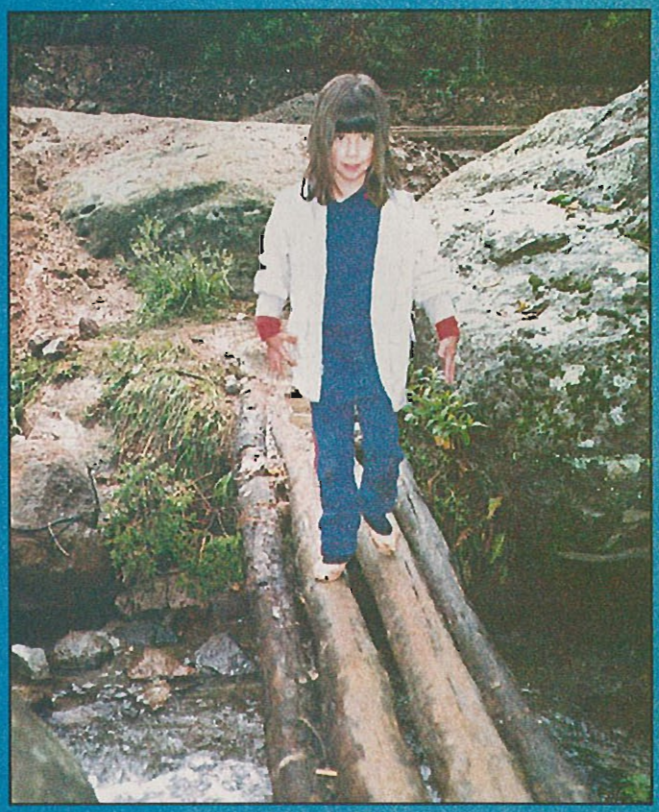
Mayores informes y precios al Tel.: **LADA: 91 731 438 72 91 731 154 14**

ESTADO DE PUEBLA

Atlixco, a 2 horas 10 minutos del D.F., en autobús Central TAPO. Balneario La Curva, cuenta con 2 albercas, restaurante y juegos infantiles. Balneario Las Fajanas, alberca, chapoteadero, vestidores y restaurante.

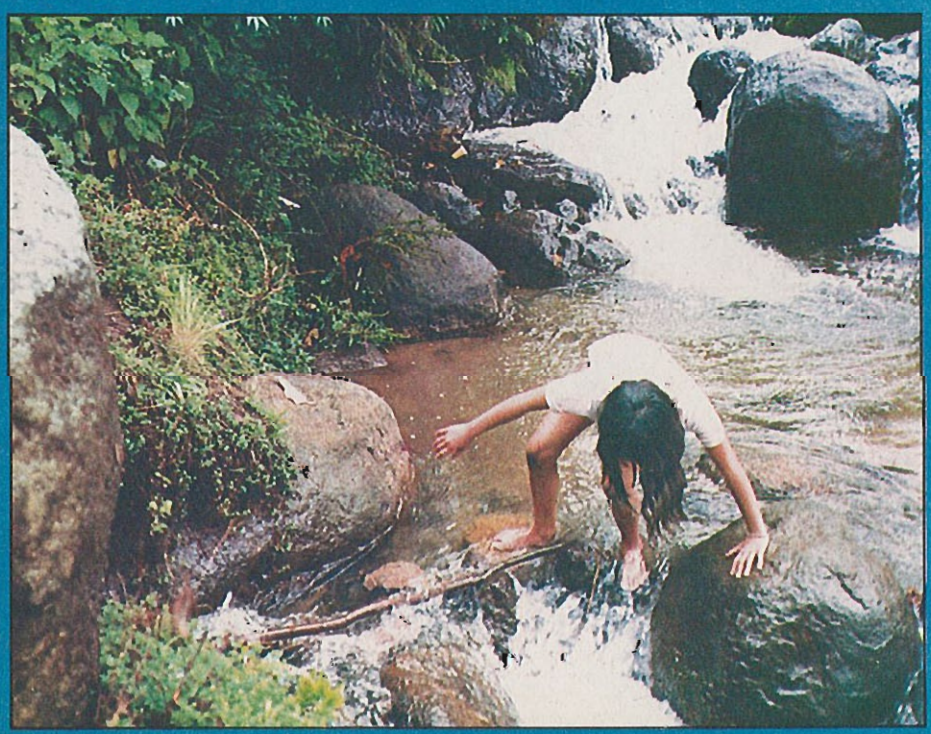
Cola de Caballo, a 2 horas 50 minutos de la Ciudad de México en autobús Central TAPO. Caída de agua de aproximadamente 30 metros.

Mayores informes y precios al Tel.: **LADA: 91 22 46-09-28 91 22 46-12-85**



Para los niños que viven en la ciudad, toda aventura en el campo es excitante. "Hasta cruzar el arroyo por el puente de troncos" dice Elena. Por aquello de las caídas en el agua, hay que llevar dos pares de zapatos.

Fotos: David Torres



También se puede cruzar ese arroyo por las piedras; si hay un resbalón, puedes comprobar que el agua de la montaña es clara, limpia y helada.

EXCURSI AL CAM

Antes de hacerla, infórmate sobre el lug tar. Haz una lista de todo lo que nec los días y noches que vivirás en el campam que no se descompongan y agua, en rec tico. Trastos para cocinar, cerillos, etc. h pilas y cámara fotográfica, si tienes.

Lo que debe hacer un campista

1. No destruir la vegetación.
2. No acampar en lugares prohibibidos.
3. No dejar fuegos sin apagar, para evitar incendios forestales.
4. No dañar los árboles, o hacerles marcas. La leña que uses debe ser de ramas caídas. (leña muerta).
5. No dejar basura sin quemar o enterrar.
6. Respetar las épocas de veda en la vida animal.
7. No herir o capturar a los animales que viven en el bosque.

Reglamento de los campamentos

1. No llevar bebidas alcohólicas
2. Mantener el lugar limpio.
3. Dejar el lugar tal como se encontró.
4. Las labores que realizan los campistas se harán con orden y en completa armonía.

El Equipo para el campamento

(para 6 personas)

1 Tienda de campaña.
1 Lámpara de gas o gasolina.
1 Olla de 2 lts.
1 Sartén grande.
1 Pala.
1 Cubeta.
1 Botiquín.
1 Cacerola
1 Jgo. de utensilios de cocina (cuchillo, volteador, cucharón).
1 Hacha de mano.
1 Lona o plástico.
1 Abrellatas.

Equipo mínimo de cada campista

1 Bolsa de dormir o cobijas.
1 Muda de ropa de repuesto.
1 Par de zapatos o tenis extra.
1 Suéter o chamarra
1 Plato y taza de aluminio o peltre.
1 Juego de cubiertos de plástico que no pesen.

1 LA FOGATA

Si enciendes una fogata, que sea con ramas y madera muerta. No cortes los árboles. Asegúrate que la fogata esté lejos de árboles o de maleza que puedan encenderse y provocar un incendio.

ON
PO

**ar que vas a visi-
esitarás durante
ento. Alimentos
pientes de plás-
asta lámpara de**

2 LAVADO DE TRASTOS

Nunca laves platos, cubiertos y cacerolas, sobre el lago o el río. Hazlo a una distancia de aproximadamente 60 metros, en agua acarreada con cubetas, sólo así, el agua sucia se filtrará a través del suelo y el detergente no dañará a las aguas del lago o arroyo.

Para que no quemes el espacio en que levantarás tu fogata, marca un círculo y levanta con cuidado el zacate que volverás a colocar antes de partir, cuando el fuego esté apagado y sus cenizas, frías.

3 RESPETA EL LUGAR

Ilustración: Mónica Miranda

Al abandonar el lugar de tu campamento, recoge la basura y deja todo como lo encontraste al llegar.

¿En donde tienes la memoria?

Por: Raúl Puga.

Esta es una pregunta que a veces te hacen papá, mamá, tu maestra o tus amigos y sabemos bien que no tiene una respuesta ya que la memoria es la capacidad para recordar y no tiene un lugar determinado en nuestro cerebro. La memoria es como el saber observar o el poder hablar o escribir bien, que igual que muchas otras actividades cerebrales, funcionan mejor mientras más las ejercitas.

Memoria y aprendizaje

La memorización es parte importante del aprendizaje ya que mientras más recuerdas, más aprendes. Hay conocimientos y datos que nunca olvidarás si has enseñado a tu memoria a trabajar y la ejercitas constantemente.

Sin embargo, no es recomendable dejar todo lo que aprendes encargado a la memoria porque habrá informaciones que debes buscar en libros o en otras fuentes.

Los maestros que se han especializado en estudios sobre la memoria, te aconsejan:

1. Para mejorar la memoria, lo primero es exigirse la voluntad de querer recordar.

2. Aparte de la intención de recordar, también ayuda la confianza en que sí se recordará. (Si desde el primer momento tu piensas o dices "No sé, no me acuerdo", tengo mala memoria", harás un agujero en la tela de la memoria, que tanto debes cuidar.

3. No creas que repetir una fecha o un texto es suficiente para grabarlo en la memoria; es necesario que los asocies a imágenes, a datos o a palabras que te sean familiares; estos recursos se llaman *nemotécnicos* (Del griego Mneme: memoria y tekné: arte). La memoria, estimulada así, fluye como agua cuando abres una llave. Por ejemplo: si quieres recordar el año en que se inició la Independencia de México, 1810; puedes relacionar las dos primeras cifras con la edad en que los jóvenes deben liberar su cartilla (18) y las otras dos cifras con los dedos que tienes en tus manos. Recuerda que la Revolución Mexicana, se inició cien años después, 1910. ¿Verdad que es fácil?

Para que recuerdes que la memoria y la observación van unidas, resuelve estas preguntas relacionadas con nuestra diaria actividad que no observamos. Responde sin que vayas a consultarlas:

¿Qué luz está arriba del semáforo, la roja o la verde?

De qué lado queda la llave del agua caliente en el lavabo: ¿izquierda o derecha?

La luz eléctrica está apagada cuando el interruptor está hacia arriba, hacia abajo, hacia afuera o hacia adentro?

Puedes decir cuáles son las claves que corresponden a 4 canales de televisión? Une la clave con el canal correspondiente.

XEWTV	Canal 9
XHGC	Canal 2
XEQTV	Canal 5
XHTV	Canal 4

¿Cuáles meses del año tienen 31 días?

Las monedas tienen una cara en que aparece el retrato de un personaje de nuestra historia. ¿Quién aparece en las monedas de cien pesos? ¿En las de 50? ¿En las de 20? ¿En las de un peso? ¿En las de cinco?

En la esfera de tu reloj o en el de tu papá, ¿hay números arábigos o números romanos?

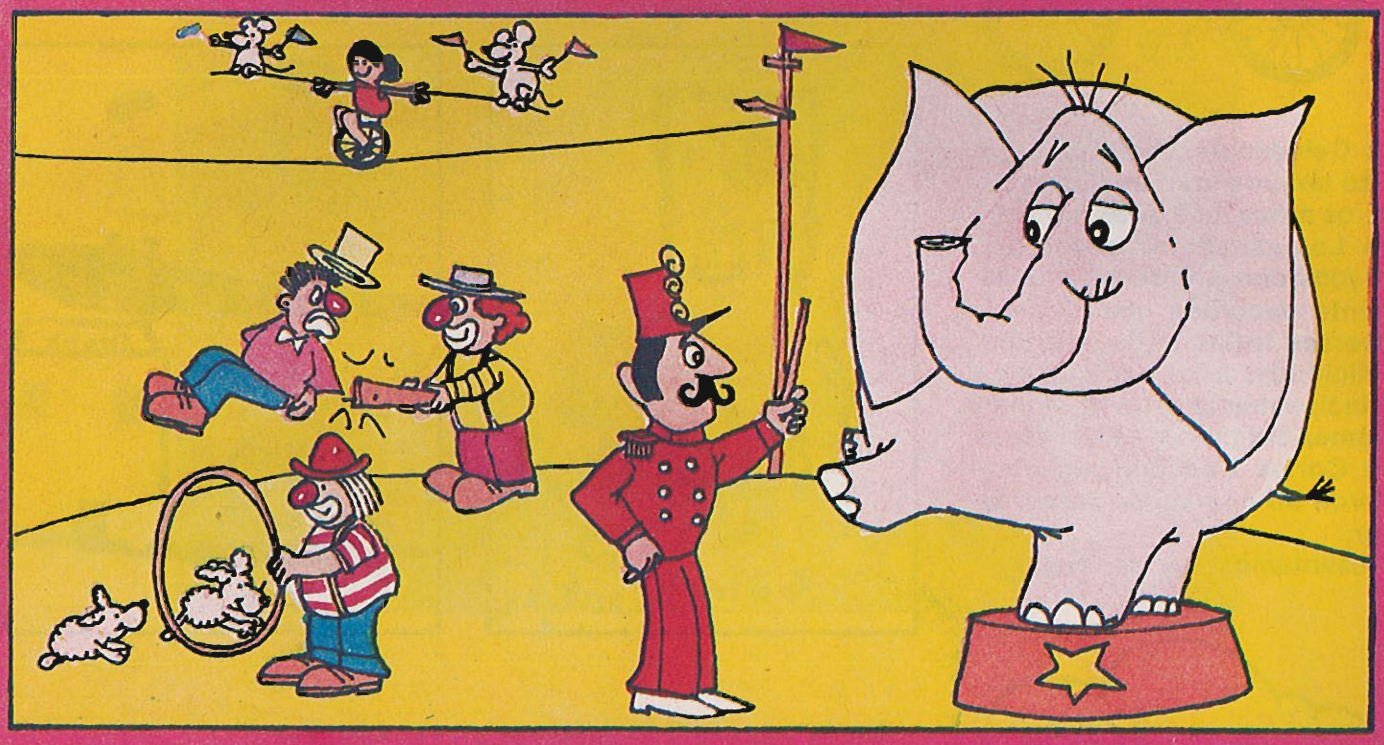
Responde a estas preguntas y califica a tu memoria, así como a la de tus amigos y de tu familia.

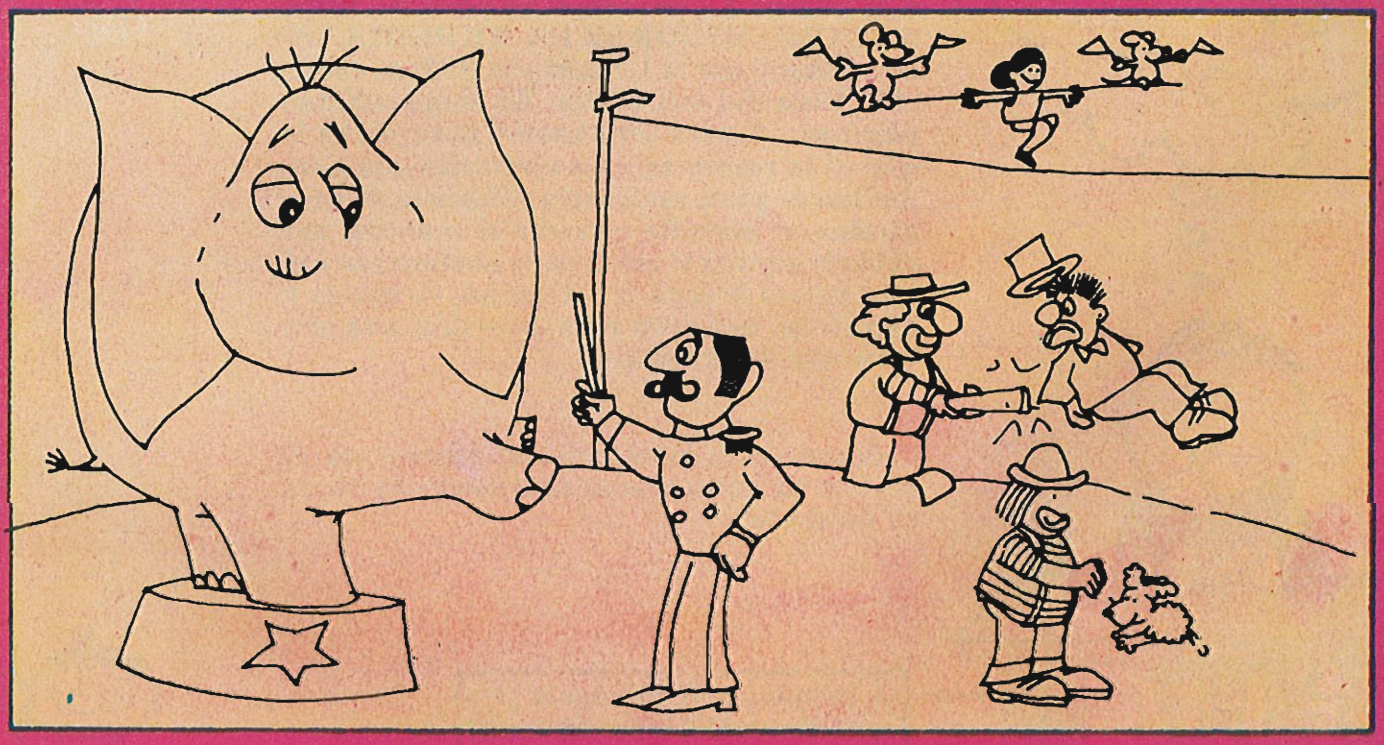
Recuerda: recordar es fácil cuando quieres recordar.

* *Consulta la sección de libros en la página 8.*

Jugando con la memoria

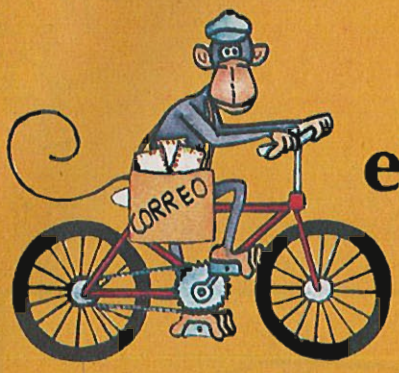
Observa el dibujo de arriba por 2 minutos, tápalo y descubre las 10 diferencias, dibújalas en el dibujo de abajo e ilumínalo igual al de arriba tratando de acordarte de que color va cada parte... ¡SUERTE!





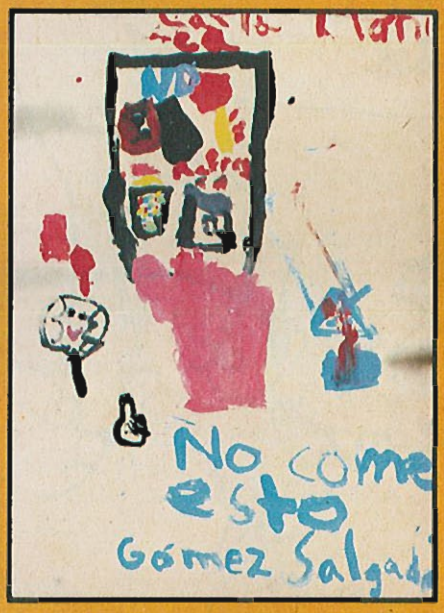
Soluciones

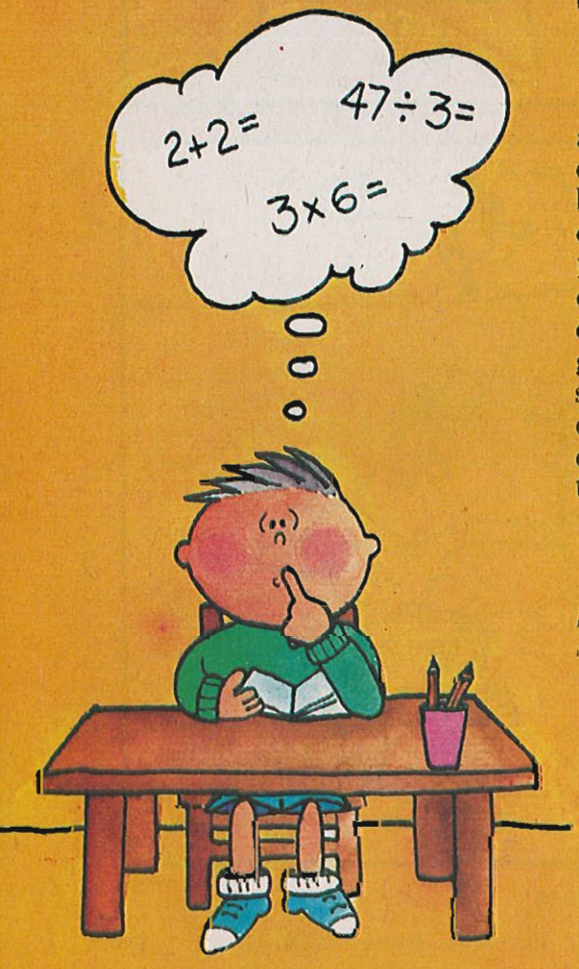
bandera botón perro aro gorro
uñas trompa nariz rueda zapato



el correo de los brincadores

La Delegación Veracruz organizó un concurso de dibujo para los niños de 9 años, en Xalapa. Los ganadores fueron premiados con una reja hermosamente decorada que contenía diversas frutas de la estación. Felicidades a los participantes, principalmente a Carla Mónica Gómez Salgado y a Elvia Yuriana Cortéz Cedeño, que obtuvieron un empate en primer lugar.
Presentamos sus carteles.





En la página 6 te dejamos un recado: Ve a la página 8 y lee sobre un libro. Se trata de "COMO MEJORAR LA MEMORIA", libro editado por la UNAM y la SEP en colección Guía del estudiante. En unas cuantas páginas, 17 para ser exactos, te explican lo que es la memoria y los ejercicios que puedes hacer para mejorarla. Una lista de preguntas te permite conocer si manejas sin saberlo alguna técnica para memorizar y si este folleto te será útil. Dibujos, fórmulas y ejercicios, te hacen más divertida esta lectura que te servirá.

Busca en nuestro próximo número de El Brinco, las instrucciones para hacer una tienda de campaña.

A propósito de memoria ¿No se te ha olvidado escribir a El Brinco?
El Brinco
Apartado Postal 20600
México, D.F. 01020